ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ನ ಪಾತ್ರ

(ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ)

ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಡಾಕ್ಟರ್ ಆಫ್ ಫಿಲಾಸಫಿ (ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ) ಪದವಿಗಾಗಿ
ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಕ್ಕೆ ಸಲ್ಲಿಸಿದ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧ

ಸಂಶೋಧಕ
ಅರುಣ್ ಪ್ರಕಾಶ್

ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು
ಡಾ. ಎ. ಜಯಕುಮಾರ್ ಶೆಟ್ಟಿ
ಎಸೋಸಿಯೇಟ್ ಪ್ರೊಫೆಸರ್
ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ವಿಭಾಗ
ಶ್ರೀ ಧರ್ಮಸ್ಥಳ ಮಂಜುನಾಥೇಶ್ವರ ಕಾಲೇಜು (ಸ್ವಾಯತ್ತ) ಉಜಿರೆ, ದ.ಕ.

ಮೂಲಕ

ಡಾ. ಹಾ.ಮಾ.ನಾ. ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರ
ಶ್ರೀ ಧರ್ಮಸ್ಥಳ ಮಂಜುನಾಥೇಶ್ವರ ಕಾಲೇಜು (ಸ್ವಾಯತ್ತ) ಉಜಿರೆ, ದ.ಕ.

ಮಾನ್ಯತೆ

ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ
ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ - ಹೊಸಪೇಟೆ, ಬಳ್ಳಾರಿ ಜಿಲ್ಲೆ
2011

ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ನ ಪಾತ್ರ

(ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ)

ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಡಾಕ್ಟರ್ ಆಫ್ ಫಿಲಾಸಫಿ (ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ) ಪದವಿಗಾಗಿ
ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಕ್ಕೆ ಸಲ್ಲಿಸಿದ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧ

ಸಂಶೋಧಕ
ಅರುಣ್ ಪ್ರಕಾಶ್

ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು
ಡಾ. ಎ. ಜಯಕುಮಾರ್ ಶೆಟ್ಟಿ
ಎಸೋಸಿಯೇಟ್ ಪ್ರೊಫೆಸರ್
ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ವಿಭಾಗ
ಶ್ರೀ ಧರ್ಮಸ್ಥಳ ಮಂಜುನಾಥೇಶ್ವರ ಕಾಲೇಜು (ಸ್ವಾಯತ್ತ) ಉಜಿರೆ, ದ.ಕ.

ಮೂಲಕ
ಡಾ। ಹಾ.ಮಾ.ನಾ. ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರ,
ಶ್ರೀ ಧರ್ಮಸ್ಥಳ ಮಂಜುನಾಥೇಶ್ವರ ಕಾಲೇಜು (ಸ್ವಾಯತ್ತ) ಉಜಿರೆ, ದ.ಕ.

ಮಾನ್ಯತೆ

ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ
ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ – ಹೊಸಪೇಟೆ, ಬಳ್ಳಾರಿ ಜಿಲ್ಲೆ
2011

ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ

"ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ನ ಪಾತ್ರ." ಎಂಬ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯ ಈ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ ಪದವಿಗಾಗಿ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ ವಿಭಾಗಕ್ಕಾಗಿ ಡಾ. ಜಯಕುಮಾರ ಶೆಟ್ಟಿ ಎ. ಅವರ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ್ದೇನೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಪ್ರಬಂಧದ ಯಾವುದೇ ಭಾಗವನ್ನು ಈ ಮೊದಲು ಯಾವುದೇ ಪದವಿಗಾಗಲೀ ಅಥವಾ ಇತರ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗಾಗಲೀ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿಲ್ಲ ಎಂದು ಈ ಮೂಲಕ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಸ್ಥಳ : ಉಜಿರೆ

ದಿನಾಂಕ : 31-01-2011

ಅರುಣ್ ಪ್ರಕಾಶ್

ಸಂಶೋಧನ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ

ದೃಢೀಕರಣ ಪತ್ರ

ಶ್ರೀ ಅರುಣ್ ಪ್ರಕಾಶ್ ಅವರು "ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ನ ಪಾತ್ರ." ಎಂಬ ವಿಷಯದ ಕುರಿತು ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ನನ್ನ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಹಂಪಿಯ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ ವಿಭಾಗಕ್ಕೆ ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ ಪದವಿಗಾಗಿ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿರುವ ಈ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಈ ಮೊದಲು ಯಾವುದೇ ಪದವಿಗಾಗಿ ಸಲ್ಲಿಸಿರುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ದೃಢೀಕರಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಡಾ. ಜಯಕುಮಾರ್ ಶೆಟ್ಟಿ ಎ.
ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು

ಸ್ಥಳ : ಉಜಿರೆ
ದಿನಾಂಕ : 31/01/2011

P P 14

ಅಧ್ಯಾಯ ವಿಂಗಡನೆ

ಕೋಷ್ಟಕಗಳ ಪಟ್ಟಿ

ನಕ್ಷೆಗಳ ಪಟ್ಟಿ

ಅಧ್ಯಾಯ–1

ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ

ಅಧ್ಯಾಯ –1

ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ

1.1. ಪೀಠಿಕೆ :

ಭಾರತ ಒಂದು ಕೃಷಿ ಪ್ರಧಾನ ದೇಶವಾಗಿದ್ದು, ಬಹುತೇಕ ಭಾರತೀಯರು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಕೃಷಿಯು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಮೂಲಾಧಾರ ವೃತ್ತಿಯಾಗಿದ್ದು, ಒಟ್ಟು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಇದರ ಕೊಡುಗೆ ಅಪಾರ. ಇತರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು ಅಪಾರ ಮಟ್ಟದ ಆದಾಯವನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿವೆಯಾದರೂ, ಈ ಎರಡು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮಟ್ಟ ನಿರ್ಧರಿಸುವುದು. ಆದುದರಿಂದ ಕೃಷಿ ಇಂದು ಒಂದು ದೇಶದ ಎಲ್ಲಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಬೆನ್ನೆಲುಬಾಗಿ ಪಾತ್ರ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಪ್ರಕೃತಿಯ ನೆರಳಿನೊಂದಿಗೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುವ ಈ ಕೃಷಿ ಒಂದು ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಆಧುನಿಕ ದಿನಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡಾ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗವಕಾಶವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಆಹಾರೋತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆ ಪಡೆಯಲು ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬೃಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದ ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳಿದ್ದು, ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಈ ಕಾರ್ಮಿಕರಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಟ್ಟದ ಜನರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಭಾರತದ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯ ಪಾತ್ರ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ದ್ವಿತೀಯ ಮತ್ತು ತೃತೀಯ ರಂಗಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಒಟ್ಟು ದೇಶೀಯ ಉತ್ಪನ್ನದ ಶೇಕಡಾ ಪಾಲು 26 ರಷ್ಟು ಪ್ರಸ್ತುತ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಕೊಡುಗೆಯಾಗಿದೆ. ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾಗುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿಯೂ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಗಳಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವಲ್ಲಿ ಗುರುತ್ವ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಯಾವಾಗ ಕೃಷಿ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆಯೋ ಆಗ ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯೂ ಕೂಡಾ ಆರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರು ಸ್ವಾವಲಂಬಿಗಳು ಆಗಿ ದೇಶದ ದ್ವಿತೀಯ ಮತ್ತು ತೃತೀಯ ರಂಗಗಳ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಪೂರಕ ಸಾಮಾಗ್ರಿಗಳನ್ನು ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡಿ, ತನ್ನ ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದರೊಂದಿಗೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಒಟ್ಟು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿದ್ದಾರೆ.

ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲ್ಪಡುವ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಎರಡು ವಿಧಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಬಹುದು ಅವುಗಳೆಂದರೆ:-

1. ಆಹಾರದ ಬೆಳೆಗಳು
2. ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳು

ಆಹಾರ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ಮನುಷ್ಯನ ಮೂಲಭೂತ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಆಹಾರ ಬೆಳೆಗಳಾದ ಭತ್ತ, ಜೋಳ, ಗೋಧಿ, ರಾಗಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ಆಹಾರ ಬೆಳೆಗಳಿಗೆ ಜಗತ್ತಿನಾದ್ಯಂತ ಸ್ಥಿರವಾದ ಬೇಡಿಕೆ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದೆ. ಆದರೆ ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಆಹಾರದ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಉತ್ಪತ್ತಿ ಮಾಡುವ ರೈತರ ಪ್ರಮಾಣ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಇಳಿಮುಖವಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಬೇಡಿಕೆ-ಪೂರೈಕೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿ ಆಹಾರದ ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಲೆ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ಗೋಚರಿಸುತ್ತದೆ.

ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳು ಲಾಭದಾಯಕವಾಗಿದ್ದು, ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರು ಈ ಬೆಳೆಗಳ ಮೇಲೆ ತಮ್ಮ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಹಾಯಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಆರ್ಥಿಕ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಲಾಭದಾಯಕವಾಗಿರುವ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳಾದ ಅಡಿಕೆ, ತೆಂಗು, ಚಹಾ, ಕಾಫಿ, ಶುಂಠಿ, ವೆನಿಲ್ಲಾ, ರಬ್ಬರ್ ಕರಿಮೆಣಸು, ಸಂಬಾರ ಪದಾರ್ಥಗಳು, ಔಷಧಿಯ ಸಸ್ಯಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇದು ರೈತರ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗಳನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸುವುದಲ್ಲದೆ, ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಪಾರ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

ಆದುದರಿಂದ ಕೃಷಿ ಒಂದು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಯಾಗದೆ ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಲಾಭ ತರುವ. ಉದ್ಯಮವಾಗಿ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ರೈತರು ಆಹಾರ ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಮೀನು ಸಾಕಣೆ, ಕುರಿ ಸಾಕಣೆ, ಹಂದಿ ಸಾಕಣೆ, ಕೋಳಿ ಸಾಕಣೆ, ಹೂವಿನ ಕೃಷಿ ಇತ್ಯಾದಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು, ಕೃಷಿಯ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ವಿಸ್ತರಣೆಗೊಂಡಂತೆ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಒಂದು ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಯಾಂತ್ರೀಕೃತವಾಗುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಇನ್ನೊಂದು ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಇದು ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಆವಿಷ್ಕಾರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಒಳಪಟ್ಟಿದೆ. ಯಾಂತ್ರೀಕೃತವಾದ ಬೇಸಾಯ, ತಳಿ ಸಂಶೋಧನೆ, ಆವಿಷ್ಕಾರಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಇಂದು ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾದ ಅಂಶವಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಭಾರತದ

ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಆಧುನೀಕರಣಗೊಂಡು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾತಿನಿಧ್ಯವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ.

ಕೃಷಿ ಒಂದು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ರಂಗದ ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗವಾಗಿದ್ದು, ದೇಶದ ಕೈಗಾರಿಕಾ ಮತ್ತು ಸೇವಾ ರಂಗದ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿದೆ. ಒಂದು ದೇಶದ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಲ್ಲಿನ ಕೃಷಿಯಾಧರಿತ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಜನಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಆಹಾರ ಪೂರೈಸುವುದಲ್ಲದೆ, ಗರಿಷ್ಠ ಜನರಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ ಮತ್ತು ವಿದೇಶಿ ವ್ಯಾಪಾರದ ಮೇಲೂ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಬೀರುತ್ತಿದೆ. ಇನ್ನೊಂದು ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಇದು ಕೈಗಾರಿಕೋತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಎಲ್ಲಾ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಗುರುತ್ವ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿದ್ದು, ಬಂಡವಾಳ ಸಂಚಯನದ ಮೂಲ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖವಾದ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಅದು ಭಾರತದ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೂಲಾಧಾರ. ಇದಲ್ಲದೆ ಸಾಮಾಜಿಕ, ರಾಜಕೀಯ ಮತ್ತು ರಕ್ಷಣಾ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಪಡೆದಿದ್ದು, ಅದನ್ನು ಉಪೇಕ್ಷಿಸಿ ಮುನ್ನಡೆಯುವಂತಿಲ್ಲ. ಇಂದು ಶ್ರೀಮಂತ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳೆಂದು ಕರೆಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ದೇಶಗಳು ಒಂದಲ್ಲ ಒಂದು ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಪ್ರಧಾನ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಾಗಿದ್ದವು. ಯಾವುದೇ ದೇಶವಾದರೂ ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮೂಲಕವೇ ಇತರ ವಲಯಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಮಾರ್ಗವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಭಾರತದ ಅರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ವಿದೇಶಿ ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ಆದಾಯ ವೃದ್ಧಿಗೆ ತನ್ನದೇ ಆದ ಕೊಡುಗೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿದೆ.

ಆದರೆ ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಒಂದು ಉದ್ದಿಮೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದು, ಲಾಭದ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಲ್ಲಿ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಿದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರುಗಳು ಕೃಷಿಯನ್ನು ಒಂದು ಕೈಗಾರಿಕೆಯಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಲಾಭ ತರುವಂತಹ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಹರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರವನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರುಗಳು ಆಹಾರ ಬೆಳೆ ಭತ್ತವನ್ನು ತ್ಯಜಿಸಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಸ್ತುತ ಬೆಳೆಗಾರರು, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯು ಭತ್ತದ ಕೃಷಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಕಾರ್ಮಿಕ ಪ್ರಧಾನ ಕ್ಷೇತ್ರ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಿ, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಕೊಟ್ಟಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ.

ಅನಾದಿಕಾಲದಿಂದಲೂ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ನಮ್ಮ ದೇಶದ ಒಂದು ಮುಖ್ಯ ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಹಲವು ಕೋಟಿಗಳಷ್ಟು ಕೃಷಿಕರು, ಕಾರ್ಮಿಕರು ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮಿಗಳು, ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಆಧಾರವಾಗಿರಿಸಿಕೊಂಡು ತಮ್ಮ ಜೀವನವನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅಡಿಕೆ ವ್ಯವಹಾರಗಳಿಂದ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಮತ್ತು ವರ್ತಕರಿಗೆ ಅಲ್ಲದೆ, ಇನ್ನಿತರ ಸೇವಾರಂಗದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೂ, ಸರಕಾರಗಳಿಗೂ ಅಗಾಧ ಪ್ರಮಾಣದ ಆದಾಯ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ದೊರಕುತ್ತಿದೆ.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ವಿವಿಧ ಉದ್ದಿಮೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆ, ಉದ್ಯೋಗ ನಿರ್ಮಾಣ ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ಸೇವೆಗಳಾದ ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆ, ಸಾರಿಗೆ, ಶಿಕ್ಷಣ ಮುಂತಾದುವುಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯೂ ಆಗುತ್ತಲಿದೆ. ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ಕೈಗಾರಿಕೆ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್, ವ್ಯವಹಾರ, ಶಿಕ್ಷಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಸಾರಿಗೆ, ವಾಣಿಜ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಧಾರ್ಮಿಕ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಅಡಿಕೆಯ ವಹಿವಾಟು ಪ್ರಮಾಣ ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ಆರ್ಥಿಕ ಮಹತ್ವದೊಂದಿಗೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಧಾರ್ಮಿಕ ಹಿನ್ನಲೆಯಿದ್ದು, ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಶುಭ ಸಮಾರಂಭಗಳಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಅತಿಥಿ ಸತ್ಕಾರ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ಒಂದು ಪ್ರತಿಷ್ಠಿತ ಸ್ಥಾನವಿದೆ. ತಾಂಬೂಲ ಸೇವನೆಗೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿರುವಷ್ಟು ಮಹತ್ವ ವಿಶ್ವದ ಇನ್ಯಾವುದೇ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಲ್ಲಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯಿಂದ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಹೊರ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಬೇಡಿಕೆ ಏರತೊಡಗಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಗೆ ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸ್ಥಾನಮಾನ ದೊರಕುತ್ತಿದೆ. ಅಡಿಕೆಯಿಂದ ಅನೇಕ ಔಷಧೀಯ ಗುಣಗಳನ್ನು ಅವಿಷ್ಕರಿಸಿದ್ದು, ಔಷಧೀಯ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಲಘುಪೇಯ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡರೆ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಅಡಿಕೆ ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಮುಖ್ಯ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನವಾಗಿ ಭಾರೀ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡುವ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲಿದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಕ್ಷೇತ್ರ ಇಂದು ಭಾರತದ ಕೆಲವು ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಅಧಿಕ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಮತ್ತು ವಹಿವಾಟು ನಡೆಯುವ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ, ಅಡಿಕೆ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಅಡಿಕೆ ಏರಿಳಿತಗಳು, ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಬಲ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಬೀರುತ್ತದೆ.

ಅಡಿಕೆಯ ಇತಿಹಾಸ :

ಸಸ್ಯ ಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯು 'ಅರೇಕಾ ಕಟೇಚು' ಎಂದಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಆರಂಭಿಕ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಮಲಯ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಹುಟ್ಟಿ ಬೆಳೆದು ನಂತರ ಇತರ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳತ್ತ ಪಸರಿಸಿತು ಎಂಬುದನ್ನು ಮಾಹಿತಿಗಳ ಆಧಾರದಿಂದ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯು ಒಂದು ಪುರಾತನವಾದ ಉದ್ಯೋಗವಾಗಿದ್ದು, ಅನೇಕ ಗ್ರಂಥಗಳಲ್ಲಿ, ವೇದಗಳಲ್ಲಿ, ಉಪನಿಷತ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಇದರ ಬಗ್ಗೆ ಉಲ್ಲೇಖವನ್ನು ನೋಡಬಹುದು. ಗುಪ್ತರ ಕಾಲದ ಶಾಸನಗಳು ಅಜಂತದ ಗುಹಾ ವರ್ಣ ಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ, ನಂತರ ಬಂದ ಕಾವ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ವರ್ಣನೆ ಇದ್ದು, ಈ ಎಲ್ಲಾ ಆಧಾರಗಳಿಂದ ಅಡಿಕೆಯು ಅನಾದಿ ಕಾಲದಿಂದಲೂ ಒಂದು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಕೃಷಿಯಾಗಿ ಬೆಳೆದು ಬಂದಿತ್ತು ಎಂದು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.[*1] ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಕೇವಲ ಜಗಿಯುವ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಸಾಂಪ್ರಾದಾಯಿಕವಾಗಿ ವೀಳ್ಯದೆಲೆ, ಅಡಿಕೆ, ಸುಣ್ಣ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಸುಗಂಧ ಭರಿತ ವಸ್ತುಗಳಾದ ಏಲಕ್ಕಿ, ಲವಂಗ, ಕರ್ಪೂರ, ಪತ್ರೆ ಮುಂತಾದವುಗಳೊಡನೆ ಸೇರಿಸಿ ತಿನ್ನುವ ಪರಿಪಾಠವಿದೆ. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಭಾರತೀಯರ ಹೆಚ್ಚಿನ ಧಾರ್ಮಿಕ ಸಮಾರಂಭಗಳಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಭಾರತದ ದಕ್ಷಿಣ ಹಾಗೂ ಉತ್ತರ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ವಿಫುಲವಾಗಿದ್ದರೂ, ಅಡಿಕೆ ಉದ್ಯಮ ಸುಮಾರು 6 ಮಿಲಿಯನ್‌ಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನರ ಆರ್ಥಿಕ ಬೆನ್ನೆಲುಬಾಗಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದ ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಪ್ರಪಂಚದ 1/10 ಭಾಗ ಜನರು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಜಗಿಯುವ ಅಭ್ಯಾಸವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ.

ರಾಘವನ್ ವಿ. (1957)[*2] ಮತ್ತು ಭಾವಪ್ಪ (1963)[*3] ಇವರುಗಳ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ, ಅಡಿಕೆಯು ಮೊತ್ತ ಮೊದಲು ಫಿಲಿಫೈನ್ಸ್, ಮಲೇಶಿಯಾ ಹಾಗೂ ಇಂಡೋನೇಶಿಯಾಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು ಎಂದು ಹೇಳಲಾಗಿದೆ.

ಬಿಕ್ಯಾರಿ (Beccari.O) (1919),[*4] ಗೋಢೆ (Gode.P.K.) (1961),[*5] ಹಾಗೂ ವಾಂಗ್ (Wang H.C.) (1889),[*6] ಇವರುಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಅಡಿಕೆಯ ಮೂಲ, ಫಿಲಿಫೈನ್ಸ್, ಪಶ್ಚಿಮ ಇಂಡಿಯಾ ಮತ್ತು ಚೈನಾ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಆರಂಭವಾಯಿತು ಎಂದು ಹೇಳಲಾಗಿದೆ.

ಆದರೆ ಪ್ರಾಕ್ತನ ಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞ ಮೋಹನ ರಾವ್.(1982).*[7] ಇವರ ಪ್ರಕಾರ ಕ್ರಿ.ಪೂ. ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಕಾಣಸಿಗುವ ಸಂಸ್ಕೃತ ಗಂಥಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಅಡಿಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಉಲ್ಲೇಖವಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪ್ರಥಮವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

ಘುರ್ಟಾಡೊ (1960)*[8] ಇವರ ಪ್ರಕಾರ, ಆರ್ಯರ ಕಾಲದಲ್ಲಿಯೇ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಜಗಿಯುಲು ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದರು ಎಂದು ಕ್ರಿ.ಶ. 1510 ರಲ್ಲಿಯೇ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗಿತ್ತು ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ.

ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಪ್ರಧಾನವಾದ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ಒಂದು ಸಾಂಪ್ರಾದಾಯಿಕವಾದ ಹಿನ್ನಲೆಯಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಮೊಗಲರ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಧಾರ್ಮಿಕ ಮಹತ್ವವನ್ನು ತಾಂಬೂಲ ಪಡೆದುಕೊಂಡು ಅಡಿಕೆಯಿಂದೊಡಗೂಡಿದ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ತಾಂಬೂಲ ಸೇವನೆಯಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಈ ತಾಂಬೂಲದಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಬೆಲೆಯ ಸಾಂಬಾರ ಪದಾರ್ಥಗಳಾದ ಲವಂಗ, ಏಲಕ್ಕಿ ಜಾಯಿ ಪತ್ರೆ, ಕೇಸರಿ, ಸಿಹಿ ಪದಾರ್ಥ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಇದೇ ಪ್ರವೃತ್ತಿ ಮುಂದುವರಿದು ಇದೀಗ ಅಡಿಕೆಯಿಂದೊಡಗೂಡಿದ ನಾನಾ ರೀತಿಯ ವೀಳ್ಯದೆಲೆಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸಿ ತಯಾರಿಸಿ ಮಾಡಲಾಗುವ ತಾಂಬೂಲ ಅಥವಾ ಬೀಡಾಗಳ ಸೇವನೆ ದೇಶದಾದ್ಯಂತ ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಅಡಿಕೆಗಿರುವ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಮಹತ್ವವನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಅಡಿಕೆಯ ಚಾರಿತ್ರಿಕ ಹಿನ್ನಲೆ :

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಹಾಗೂ ಅದರ ಬಳಕೆ ನಮ್ಮ ಜನ ಜೀವನದೊಂದಿಗೆ ಹಾಸು ಹೊಕ್ಕಾಗಿದೆ. ಧಾರ್ಮಿಕ ಶುಭ ಸಮಾರಂಭಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮತ್ತು ವೀಳ್ಯ ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಕರಾವಳಿಯ ಪ್ರಮುಖ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಯೂ ಆಗಿರುವ ಈ ಅಡಿಕೆ ಸಾವಿರಾರು ಕುಟುಂಬಗಳ ಆರ್ಥಿಕ ನೆಲೆಗಟ್ಟನ್ನು ಭದ್ರಗೊಳಿಸಿದೆ.

ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲಿ ವೇದಗಳ ಕಾಲದಿಂದಲೂ ಅಡಿಕೆ ಬಳಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ವ್ಯಾಪಕ ಉಲ್ಲೇಖವಿದೆ. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಂಸ್ಕೃತದಲ್ಲಿ 'ಘೂಗೀಫಲ' ಎಂದು ಸಂಬೋಧಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಧಾರ್ಮಿಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಯಾಗ, ಯಜ್ಞ, ಮದುವೆ ಮುಂತಾದ

ಸಮಾರಂಭಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಒಂದು ವಿಶಿಷ್ಟವಾದ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಗಿಟ್ಟಿಸಿಕೊಂಡು ಆರ್ಥಿಕ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪ್ರತೀಕವಾಗಿ ಶೋಭಿಸುತ್ತಿದೆ.

ನಮ್ಮ ದೇಶದ ಪ್ರಮುಖ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಮಹತ್ವದ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದಿದೆ. ಇದನ್ನು ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ, ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ, ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು, ಚಿತ್ರದುರ್ಗ ಮತ್ತು ತುಮಕೂರು ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ಕೇರಳ ರಾಜ್ಯದ ಕಾಸರಗೋಡು, ಕಣ್ಣೂರು, ಮಲಪ್ಪುರಂ, ತ್ರಿಶೂರು, ತಿರುವನಂತಪುರಂ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಾರೆ. ಈ ಉಭಯ ರಾಜ್ಯಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ನಮ್ಮ ದೇಶದ ಅಡಿಕೆಯ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಶೇಕಡಾ 65 ರಷ್ಟು ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ನಿಖರವಾದ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲ. ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟ ಪ್ರಮಾಣದ ಮಾಹಿತಿಗಳು ಅಲಭ್ಯ. ಆದರೆ ಇತ್ತೀಚಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಸುಮಾರು 7 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ವಾರ್ಷಿಕ 9 ಲಕ್ಷ ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಒಟ್ಟು ವ್ಯವಹಾರ ಸುಮಾರು 9 ಸಾವಿರ ಕೋಟಿ ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದೆ. ಜಗತ್ತಿನ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಸುಮಾರು 9.87 ಲಕ್ಷ ಟನ್. ಅದರಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಕೊಡುಗೆ ಸುಮಾರು 56 ಶೇಕಡ. ಆದುದರಿಂದ, ಭಾರತ ಒಂದು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದುತ್ತಿರುವ ದೇಶವಾದರೂ, ಜಗತ್ತಿನ ಒಟ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಗುರುತ್ವ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ.

ಅಡಿಕೆಯ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಹಿನ್ನಲೆ :

ಅಡಿಕೆಯು ಪಂಚ ಸುಗಂಧಗಳಲ್ಲೊಂದಾಗಿದೆ. ಆಯುರ್ವೇದ ತಜ್ಞರು ಅಡಿಕೆಯ ಉದ್ವೇಗ ಮತ್ತು ಭೇದಿ ಗುಣಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಿ ವಿವಿಧ ಔಷಧಿಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸುವ ಯೋಗ್ಯಗಳನ್ನು ಹೇಳಿರುತ್ತಾರೆ. ಧನ್ವಂತರಿ ನಿಘಂಟಿನಲ್ಲಿ ಈ ರೀತಿ ಅಡಿಕೆಯ ಗುಣವನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕಂಕೋಲಕಂ ಘೂಗಫಲಂ ಲವಂಗ ಕುಸುಮಾನಿಚ ।

ಜಾತೀ ಫಲಾಗಿ ಕರ್ಪೂರಮೇತತ್ ಪಂಚಸುಂಗಧಿ ಕಂ ॥

ವೀಳ್ಯದೆಲೆ, ಕರ್ಪೂರ, ಕಂಕೋಲ, ಲವಂಗ, ಜಾಯಿಕಾಯಿ, ಕಸ್ತೂರಿ ಮೊದಲಾದ ಸುಗಂಧ ದ್ರವ್ಯಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಯುಕ್ತ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಸೇವಿಸಿದರೆ ಅದು ಆರೋಗ್ಯವರ್ಧಕ ಮತ್ತು

ಆರೋಗ್ಯ ಕಾಪಾಡಲು ಸೂಕ್ತ ಎಂಬುದಾಗಿ ಉಲ್ಲೇಖಗೊಂಡಿದೆ. ಯೋಗ ರತ್ನಾಕರದ ನಿತ್ಯಪ್ರವೃತ್ತಿ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಸುಗಂಧ ಪಂಚಕದ ಬಗ್ಗೆ ಹೇಳಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ, ಕರ್ಪೂರ, ಕಸ್ತೂರಿ, ಲವಂಗ, ಜಾಯಿಕಾಯಿ ಸೇರಿವೆ. ಆಹಾರ ಸೇವನೆ ನಂತರದ ಜೀರ್ಣ ಕ್ರಿಯೆಗೆ ಸಹಕಾರಿಯಾಗುವಂತೆ ಇದನ್ನು ಸೇವಿಸಲು ಹೇಳಿರುತ್ತಾರೆ.

'ತ್ರಯೋದಶಿ ತಾಂಬೂಲದಲ್ಲಿ' ಹದಿಮೂರು ಬಗೆಯ ವಿವಿಧ ಸಸ್ಯ ಮತ್ತಿತರ ವಸ್ತುಗಳಿದ್ದು, ಇವುಗಳು ಹದಿಮೂರು ಗುಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ವೀಳ್ಯದೆಲೆ, ಅಡಿಕೆ, ಸುಣ್ಣ, ಕಾಚು, ಕರ್ಪೂರ, ಕೇಸರಿ, ಕಸ್ತೂರಿ, ಯಾಲಕ್ಕಿ, ಲವಂಗ, ಪತ್ರೆ, ಜಾಯಿಕಾಯಿ, ಕಂಕೋಲ, ಬಾದಾಮು ಇವೆಲ್ಲ ಯುಕ್ತ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಸೇರಿದರೆ 'ತ್ರಯೋದಶಿ' ತಾಂಬೂಲವಾಗುತ್ತದೆ. ಖಾರ, ಚಿಗುರು, ಕಹಿ, ಸಿಹಿ, ಶಾಖ ಜನಕ, ಲವಣ, ಕಷಾಯ ಗುಣ, ವಾತಹರ, ಕ್ರಿಮಿನಾಶಕ ಕಫಹರ, ವಾಜೀಕಾರಕ, ಬಾಯಿಯ ದುರ್ಗಂಧ ನಿವಾರಕ ಮೊದಲಾದ ಗುಣಗಳು ಈ ತಾಂಬೂಲದಲ್ಲಿದೆ.

ಅಡಿಕೆಯ ಈ ಗುಣಗಳ ಬಗ್ಗೆ "ಜ್ಯೋತಿಷ್ಯ ನಿಬಂಧ" ಎಂಬ ಸಂಸ್ಕೃತ ಗ್ರಂಥದಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕಾಳಿದಾಸ ತನ್ನ ರಘುವಂಶ ಕಾವ್ಯದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಅಸ್ತಿತ್ವ ಪಶ್ಚಿಮ ಕರಾವಳಿಯಲ್ಲಿ ಇದ್ದ ಬಗ್ಗೆ ವರ್ಣಿಸಿದ್ದಾನೆ.

ವಾಗ್ಭಟನ ಅಷ್ಟಾಂಗ ಸಂಗ್ರಹ ಎಂಬ ವೈದ್ಯಕೀಯ ಗ್ರಂಥದಲ್ಲಿ ನಿದ್ದೆ ಅಥವಾ ಭೋಜನದ ನಂತರ, ಸ್ನಾನ ಹಾಗೂ ವಮನದ ಬಳಿಕ ತಾಂಬೂಲ ಸೇವನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಹೇಳಿರುತ್ತಾನೆ.

ಸಾಂಪ್ರದಾಯಕ ವಿವಾಹಗಳಲ್ಲಿ ವಧೂವರರ ನಡುವೆ ಕವಳಗಳನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸುವ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೂ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

ಅಡಿಕೆಯ ಔಷಧೀಯ ಗುಣಗಳಿಂದಾಗಿ, ಅದನ್ನು ಆಹಾರ ನಂತರ ಹಾಗೂ ಪೂರ್ವ ನಿತ್ಯಾ ಸೇವನಾ ಯೋಗ್ಯವಾದ ತಾಂಬೂಲದೊಂದಿಗೆ ಸೇವಿಸಲು ವಿಧಿಸಿದ್ದಾರೆ ಎಂದ ಮೇಲೆ, ಅವರ ನಿರ್ದೋಷಿತ್ವಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಬೇರೆ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರಗಳ ಅವಲಂಬನೆ ಬೇಡ. ಋಗ್ವೇದದಲ್ಲಿ "ಸಪತ್ನೀ ಭಾದನ" ಎಂಬಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ವಾಜೀಕಾರಕ ಗುಣಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

ವಿಷ್ಣುಶರ್ಮನ "ಹಿತೋಪದೇಶ" ಎಂಬ ಗ್ರಂಥದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಒಂದು 'ಬಾಯಿ ವಾತ ನಿವಾರಕ' (Mouth Fresher) ಎಂದು ಬಣ್ಣಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಋಗ್ವೇದದ ಕಾಲದಿಂದಲೂ ಜನರು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಸಮಯ ಸಂಧರ್ಭಗಳ ವಿಧಿ ನಿಷೇಧಗಳು. ಭೋಜನ, ವಿಹಾರಗಳಿಗೂ ಇದ್ದು, ತಾಂಬೂಲ ಸೇವನೆಗೂ ಅದು ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ. ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಹಲವು ವಿಧದ ಚರ್ಮರೋಗಗಳಿಗೆ ಎಲೆ ಅಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಹಣ್ಣಡಿಕೆಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಾರೆ. ಈ ಗುಣಗಳಿಂದಾಗಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಅಂಶತಹ ದೃಢೀಕರಿಸಿ ಔಷಧೀಕೃತ ಸಾಬೂನುಗಳ ತಯಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಿ ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆಯನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು.

ಭಾರತೀಯ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುವ ಹವ್ಯಾಸದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಉತ್ತರ ಮತ್ತು ದಕ್ಷಿಣಗಳೆಂಬ ಪ್ರಭೇಧಗಳಿವೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತೀಯರಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಜನರು, ಎಳೆಯ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಕತ್ತರಿಸಿ ಚೊಗರಿತ್ತು ಬೇಯಿಸಿ ಒಣಗಿಸಿದ ಗೋಟನ್ನು ಸೇವಿಸುತ್ತಾರೆ. ಉತ್ತರ ಭಾರತದ ಜನರು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಹಣ್ಣಾದ ನಂತರ ಕೊಯಿದು, ಅದನ್ನು ಒಣಗಿಸಿ ಬಿಳಿ ಗೋಟನ್ನು ಸೇರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಈ ಎರಡೂ ಸಂಪ್ರದಾಯಗಳಲ್ಲಿ ಚರ್ವಣ, ಆಸ್ವಾದನ ಮತ್ತು ಭಕ್ಷಣವೆಂಬ ಮೂರು ಪ್ರಭೇದಗಳಿವೆ.

ಚರ್ವಣದಲ್ಲಿ ತಾಂಬೂಲ ಸಂಯುಕ್ತವನ್ನು ಸಾಕಷ್ಟು ಜಗಿದು ಅನಂತರ ಎಲ್ಲವನ್ನು ಉಗುಳುವಂತಹ ಕ್ರಿಯೆ. ಆಸ್ವಾದನದಲ್ಲಿ, ತಾಂಬೂಲವನ್ನು ಜಗಿದು ಅದರ ರಸವನ್ನು ನುಂಗಿ, ಉಳಿದ ಕಸವನ್ನು ಉಗುಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಭಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ತಾಂಬೂಲವನ್ನು ನುಣ್ಣಗೆ ಜಗಿದು ಎಲ್ಲವನ್ನು ನುಂಗಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಆಯುರ್ವೇದದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ :

ಚರಕ ಸಂಹಿತೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಸೇರಿದ ಮದ್ರಾಸವವನ್ನು ಮಧುಮೇಹಕ್ಕೆ ಔಷಧವಾಗಿ ಹೇಳಿದೆ. 'ಯೋಗರತ್ನಾಕರ' ಎಂಬ ಗ್ರಂಥದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ತರಹದ ಪ್ರಮೇಹಗಳಿಗೆ ಸ್ತ್ರೀಯರ ರಕ್ತಾರ್ಶಸ್ಸಿಗೆ ಪೂಗ ಪಾಕದ ಸೇವನೆಯು ಹೇಳಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ. ಬೈಷಜ್ಯ ರತ್ನಾವಳಿಯಲ್ಲಿ ಪೂಗ ಖಂಡದ ಉಲ್ಲೇಖವಿದೆ.*[9] ಅಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಉದ್ವೇಗ ಉಂಟು ಮಾಡುವ ಗುಣವುಂಟಾದರು, ಅದರಲ್ಲಿ ರಕ್ತದ ಒತ್ತಡವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವ ಗುಣವಿರುವುದು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ವೀಳ್ಯದೆಲೆ

ಮತ್ತಿತರ ವಸ್ತುಗಳು ಸೇರಿದಾಗ "ಶಾಮಕ" ವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಕರ್ನಲ್ ಚೋಪ್ರಾರವರ 'ಇಂಡಿಜೀನಸ್ ಡ್ರಗ್ಸ್ ಆಫ್ ಇಂಡಿಯ' ಎಂಬ ಗ್ರಂಥದಲ್ಲಿ ಈ ರೀತಿ ಹೇಳಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ. ಅಡಿಕೆಯಲ್ಲಿರುವ 'ಅಲೇಕಾಲೈನ್' ಎಂಬ ಅಸ್ಥಿರ ಅಂಶವಿದ್ದು, ಇದು ಕೇಂದ್ರೀಯ ನರಮಂಡಲದಲ್ಲಿ ಒಂದು ರೀತಿಯ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯನ್ನು ಉಂಟು ಮಾಡುವುದರೊಂದಿಗೆ, ನರಗಳಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಬಗೆಯ ಸಂವೇದನೆಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ. ಇದರೊಂದಿಗೆ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಉಸಿರಾಟವು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಹೃದಯ ಬಡಿತ ನಿಧಾನವಾಗಬಹುದು. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮೂರು ತಿಂಗಳು ಕಳೆದ ತರುವಾಯವೇ ತಾಂಬೂಲ ಯೋಗ್ಯವೆಂದು ತಜ್ಞರಿಂದ ಹೇಳಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ.

ಅಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ವಿಟಮಿನ್ ಬಿ–6 ಮತ್ತು ವಿಟಮಿನ್ 'ಸಿ' ಗುಣಗಳಿರುವುದರಿಂದ ಪ್ರಾಚೀನ ಕಾಲದ ವೈದ್ಯಕೀಯದಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ಮಹಿಳೆಯರ ಅನೇಕ ಕಾಯಿಲೆಗಳಾಗಿ ಔಷಧವಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು.

ಸೌಂದರ್ಯವರ್ಧಕವಾಗಿ, ಗೌರವರ್ಧನೆಯ ಸಂಕೇತವಾಗಿ ಶುಭಾಶಯಗಳಿಗಾಗಿ ಹಾಗೂ ವಿವಿಧ ದೇವತೆಗಳ ಪೂಜೆ ಪುರಸ್ಕಾರಗಳಲ್ಲಿ ಕಳೆದ 2500 ವರ್ಷಗಳಿಂದಲೂ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿದೆ.*[10]. ಡಾ। ಎಂ.ಕೆ ನಾಡಕರ್ಣೆ*[11] ಪ್ರಕಾರ, ಹಿಂದೂ ವೈದ್ಯರು ಗೋಮೂತ್ರದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ದೀರ್ಘವಾಗಿ ಬೇಯಿಸಿ ಹೃದಯೋತ್ತೇಜಕವಾಗಿ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಬೇಯಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕ ಅಲ್ಕಲಾಯಿಡುಗಳನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡು ಹೃದಯ ಪ್ರಚೋದಕವಾಗಿ ಪರಿವರ್ತನೆ ಹೊಂದುತ್ತದೆ ಎಂಬುದಾಗಿ ಅದರ ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಅಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಇನ್ನೂ ಅನೇಕ ಔಷಧೀಯ ಗುಣಗಳಿರುವುದು ಆಯುರ್ವೇದ ಗ್ರಂಥಗಳಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.*[12]. ಅವುಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಕರ್ಪೂರ, ಜಾಯಿಕಾಯಿ, ತಕ್ಕೋಲ, ಲವಂಗ, ಹಿಪ್ಪಲಿ ಸುಣ್ಣ, ಅಡಿಕೆ ವೀಳ್ಯದೆಲೆ ಇವುಗಳ ಹಿತಮಿತ ಸೇವನೆಯಿಂದ ಮುಖವು ಸ್ವಚ್ಛವಾಗುತ್ತದೆ. ಸುವಾಸನೆ ಕಾಂತಿ ಸ್ಫುಟ ಮುಂತಾದವುಗಳು ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ದವಡೆ ಹಲ್ಲು, ಸ್ವರ, ಮಲ, ನಾಲಿಗೆ ಮುಂತಾದವುಗಳು ಶುದ್ಧಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಬಾಯಿಯಿಂದ ಜೊಲ್ಲು ಸುರಿಯುವ ರೋಗ ನಿವಾರಣೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಹೃದಯಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬಲವನ್ನು ವೃದ್ಧಿಸಿ, ಗಂಟಲಿನ ರೋಗಗಳನ್ನು ನಿವಾರಣೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಮಲಗಿದ್ದು ಎಚ್ಚರಗೊಂಡ ನಂತರ ಸ್ನಾನ ಮಾಡಿದ ನಂತರ, ವಮನ ಮಾಡಿದ ನಂತರ, ತಾಂಬೂಲವನ್ನು ಜಗಿಯುವುದು ಹಿತಕಾರಿ ಎಂದು ಹೇಳಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ.

ಮೇಹರೋಗಕ್ಕೆ ಅಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಶ್ರೀಗಂಧವನ್ನು ಸೇವಿಸಲು ಹೇಳಲಾಗಿದೆ. ಆಯುರ್ವೇದ ಔಷಧಗಳಾದ ದಶಮೂಲಾರಿಷ್ಟ, ರಸಾಯನಾರಿಷ್ಟ, ಲೋಧ್ರಾಸವ, ಮಧು ಮೇಹಾಸನ, ಬೀಜಕಾಸವ, ಯೋಗರಾಜಾಸವ, ತಾಂಬೂಲಸವ, ಜೀರಕಾದ್ಯಾರಿಷ್ಟ, ಪಿಚ್ಚಲ್ಯಾಸವ ಮುಂತಾದ ಅದೆಷ್ಟು ಆಸವಾರಿಷ್ಠ ಯೋಗಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯು ಒಂದು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಘಟಕವಾಗಿದೆ.

ಮಧುಮೇಹವೆಂಬುದು ಸಕ್ಕರೆಯ ಒಂದಂಶ (ಪುಷ್ಪಮಧು) (Glucose) ಅಜೀರ್ಣವಾಗಿ ಮೂತ್ರದಲ್ಲಿ ಹೋಗುವ ರೋಗ. ಅಂತಹ ಕಫಜ, ಪಿತ್ತಜ ಮಧುಮೇಹಗಳಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಔಷಧ ಯೋಗದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಂಡರೆ ಅದರ ಸೊಕ್ಕು ಸಕ್ಕರೆಯನ್ನು ದೇಹದಲ್ಲಿ ದಹಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಎಂಬ ಅನುಭವ ವೈದ್ಯಕೀಯವಾಗಿ ಬಂದಿದೆ. ಇದನ್ನರಿತುಕೊಂಡು ಶಿವಮೊಗ್ಗದ ನವಿಲೆಯಲ್ಲಿರುವ ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯ ಮಧುಮೇಹ ನಿವಾರಕ ಔಷಧವನ್ನು ಅಡಿಕೆಯಿಂದ ತಯಾರಿಸಿದೆ.

ತಾಂಬೂಲವು ರಸದಲ್ಲಿ ಕಟು, ತಿಕ್ತ ವೀರ್ಯದಲ್ಲಿ ಉಷ್ಣ, ಪಾಕದಲ್ಲಿ ಮಧುರ, ಕ್ಷಾರ ಗುಣಗಳಿದ್ದು, ವಿರೇಚಕವೂ ಆಗಿದೆ. ರುಚಿಕಾರಕ, ಮುಖಕ್ಕೆ ಶೋಭೆಯನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತದೆ. ಅದೇ ರೀತಿ ದುರ್ಗಂಧ ನಿವಾರಕ, ಹೃದಯ ಶುದ್ಧಿಕರ, ವಾತ ಹಾಗೂ ಕಂಠರೋಗ ಹರ, ಕಾಂತಿಕಾರಕ, ಬಲಕಾರಕ ದಂತಗಳಿಗೆ ವರ್ಣ ನೀಡುವಂತ ಗುಣ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಶ್ರಮಹರ ಸೌಭಾಗ್ಯದಾಯಕ, ಜಡತೆ ನೀಗಿಸುವುದು ರೋಗ ಪ್ರದಾಯಕವಾಗಿ ಉಪಯೋಗ ಆಗುತ್ತದೆ.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಅಡಿಕೆಯು ಕೇವಲ ಮನಸ್ಸಿಗೆ ಮುದವನ್ನು ನೀಡಲು ಜಗಿದು ಉಗುಳುವ ಒಂದು ವಸ್ತುವಾಗದೆ,. ಅನೇಕ ಔಷಧಿಯ ಗುಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ರೋಗ ನಿವಾರಕ ಔಷಧೀಯ ಗುಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಇನ್ನೂ ಸಂಶೋಧನೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿದರೆ ಅಡಿಕೆಯ ಬೇಡಿಕೆ ಇನ್ನಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುವಲ್ಲಿ ಸಂದೇಹವಿಲ್ಲ. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯು ಪುರಾತನ ಕಾಲದಿಂದಲೂ ಬಳಕೆಗೆ ಬಂದಿದ್ದು, ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿಯೂ ತನ್ನ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಂಡು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಒಂದು ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಈ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ರೈತರುಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಮಿಕರ ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗವಾಗಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯವನ್ನು ಗಳಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ.

ಪ್ರಗತಿಯ ಪಥದಲ್ಲಿ ಸಾಗುತ್ತಿರುವ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರ, ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಒಂದು ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗವಾಗಿದೆ. ಇದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಜನರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟವನ್ನು

ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸಿದ್ದು, ವಿದ್ಯಾವಂತರಿಗೆ ಮತ್ತು ಅವಿದ್ಯಾವಂತರಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಇಲ್ಲಿನ ಎಲ್ಲಾ ಕೃಷಿಯಾಧರಿತ ಉದ್ದಿಮೆಗಳಿಗೆ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಜೀವನಾಡಿಯಾಗಿದೆ.

ಆಧುನಿಕ ಕಾಲದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಹಂತದ ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರಾಧಾನ್ಯತೆ ಊರ್ಜಿತಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವುದು ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನಶೀಲ ವಿಷಯ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗೆ ರೈತರು ತಲೆಬಾಗಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರುಪೇರು ಆಗುತ್ತಿದ್ದರೂ ಇಂದು ತುಲನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಭತ್ತದ ಕೃಷಿಯನ್ನು ರೈತರುಗಳು ಪರಿಶೀಲಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಇಂದು ಬಹುತೇಕ ರೈತರುಗಳು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ ಶೀಲ ವಿಷಯ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಕಾಲಮಾನಕ್ಕನುಗುಣವಾಗಿ ಅಡಿಕೆಯ ಬಹುಪಯೋಗಿ ಬಳಕೆಯು ಹೆಚ್ಚಬೇಕಾಗಿದೆ. ಅಡಿಕೆಯ ಸಾಂಪ್ರಾದಾಯಿಕ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಅದರ ಜಗಿದುಗುಳುವ ಬಳಕೆಗಳನ್ನು ಹೊರತು ಪಡಿಸಿ ಔಷಧಿ ತಯಾರಿಕೆ, ಬಣ್ಣಗಳ ತಯಾರಿಕೆ, ವೈನ್, ತಂಪುಪಾನೀಯಗಳ ತಯಾರಿಕೆ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಕ ತಯಾರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತುಗಳಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಂಡಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಭವಿಷ್ಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು.

ಅಡಿಕೆ ಬಗ್ಗೆ ಈಗಾಗಲೇ ವಿವಿಧ ಸಂಶೋಧನಾಲಯಗಳ ಮೂಲಕ ಅನೇಕ ವಿಜ್ಞಾನಿಗಳು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮತ್ತು ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದ ಸಂಶೋಧನೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ ವರದಿಗಳು, ಸಂಶೋಧನೆಗಳು ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು ಚರ್ಚೆಗಳ ಸಾರಗಳು ಮತ್ತು ಆವಿಷ್ಕಾರಗಳು ಒಂದೇ ಕಡೆ ಲಭ್ಯವಾಗದೆ ಬೆಳಕು ಕಂಡಿಲ್ಲ. ಸಾವಿರಾರು ಪರಿಶೀಲಾನಾತ್ಮಕ ವಿಚಾರಗಳು ಸಂಶೋಧನಾಲಯಗಳ ವರದಿ, ದಾಖಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಷ್ಟೇ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ. ಉದಾ: ಅಡಿಕೆ ಟ್ಯಾನಿನ್ (Edible) ಬಗ್ಗೆ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಅದು ಉತ್ತಮವಾದ ಖಾದ್ಯ ಯೋಗ್ಯ ಟ್ಯಾನಿನ್ (Edible) ಆಗಿದ್ದು, ಮಾದಕ ಪೇಯಗಳಲ್ಲಿ ಲಘು ಪಾನೀಯಗಳಲ್ಲಿ ಸುಗಂಧ ವಸ್ತುಗಳ ತಯಾರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಔಷಧಿ ಉದ್ಯಮಗಳು ಮೊದಲಾದುವುಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಸುಮಾರು 2000 ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಪೌರಾತ್ಯ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿರುವುದು, ಅದರ 'ಚೊಗರು' (Tannin) ಗುಣದಿಂದಾಗಿ ಎಂದು ಹೇಳಲಾಗಿದೆ.*[13] ಇದನ್ನು ಬಟ್ಟೆಗಳ ಬಣ್ಣಗಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ,

ಮಾದಕ ಪೇಯಗಳಿಗೆ, ಪೇಯಗಳ ತಾಳಿಕೆ (preservative) ಹಾಗೂ ರುಚಿಗೆ ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಟ್ಯಾನಿನ್‌ಗೆ ವಿಫುಲವಾದ ಬೇಡಿಕೆಯಿದ್ದು ಕೊರತೆಯಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಖಾದ್ಯ ಯೋಗ್ಯ ಟ್ಯಾನಿನ್‌ನ ಬೆಲೆ ಕಿ.ಗ್ರಾಂ. ಒಂದರ ರೂ. 2,000 ದಿಂದ 43,000 ತನಕ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಹೊಂದಿಕೊಂಡು ಇದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಇಟಲಿ ಫ್ರಾನ್ಸ್ ಬ್ರಿಟೀಷ್ ಮೊದಲಾದ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳ ಮಾದಕ ಪೇಯಗಳ ತಯಾರಿಕಾ ತಜ್ಞರುಗಳು ಅಡಿಕೆ ವೈನ್‌ನ ರುಚಿ, ವರ್ಣ, ಗುಣ ಮಟ್ಟ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆಸಕ್ತಿ ವಹಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ.*[14] ಅಲ್ಲದೆ ಟ್ಯಾನಿನ್ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಒಲವನ್ನು ತೋರಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಅಂತಹ ಟ್ಯಾನಿನ್ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಅವರ ತಯಾರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಅತ್ಯಂತ ಸೂಕ್ತವಾಗಿದ್ದು, ಈ ದಿಕ್ಕಿನಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಸಂಶೋಧನೆಗಳು ಜರಗುತ್ತಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಪರಿಣಾಮ ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಪರಿಣಾಮಿಸಿ, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಗೆ ಆಶಾದಾಯಕವಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಇಂದು ಅಡಿಕೆಗೆ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮತ್ತು ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆಯಿದ್ದು, ಉತ್ತಮ ಭವಿಷ್ಯವಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

ಆದರೆ, ಇಂದು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಬಹುತೇಕ ಕೃಷಿಕರು ಮುಂದುಗಾಣದ ಬವಣೆಯಲ್ಲಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಬವಣೆಯಿರುವುದು ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಅವರ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಾಗುವ ಏರುಪೇರುಗಳು, ಕಂಪನಗಳು, ಪ್ರವಾಹಗಳು, ಬೇಡಿಕೆಲ್ಲಾಗುವ ಹಠಾತ್ ಕುಸಿತ, ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕುಸಿತ, ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಲೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂಕಷ್ಟಕ್ಕೆ ಸಿಲುಕಿಸಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಇಡೀ ಕೃಷಿಕ ಸಮಾಜದ ಆರ್ಥಿಕ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಚಿಂತಾಜನಕವಾಗಿರುವುದು ನೈಜ ಸಂಗತಿ. ಜಾಗತಿಕ ಒಪ್ಪಂದ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರ ನೆಪಗಳಲ್ಲಿ ಆಮದು ಅಧಿಕವಾಗುತ್ತಿರುವ ಒಂದು ಸಂದಿಗ್ಧ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಿರುವ ಕೃಷಿಕರ ಭವಿಷ್ಯದ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ, ಅದರ ಪರ್ಯಾಯ ಬಳಕೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಶೋಧನೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಲೋಪದೋಷಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಿ ಯೋಗ್ಯ ಮತ್ತು ಸ್ಥಿರ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಕಾದ ಅನಿವಾರ್ಯ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಬಂದೊದಗಿದೆ.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ನಡೆಯುತ್ತಲಿದ್ದು, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಕಾರ್ಯ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯಲ್ಲಿವೆ. ಆದರೆ ಅವುಗಳಿಂದ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂತೃಪ್ತಿಪಡಿಸಲಾಗಲಿಲ್ಲ. ಇಂದು ಬಹುತೇಕ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯಯುತ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ

ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿ ಸಿಲುಕಿರುತ್ತಾರೆ. ಇತ್ತೀಚಿನ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಶೇಕಡಾ 15 ರಷ್ಟು ಮಾತ್ರ ಅಡಿಕೆ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಪಾಲು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಖಾಸಗಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಪಾಲು ಶೇಕಡಾ 85ಕ್ಕಿಂತಲೂ ಅಧಿಕ. ಇದೇ ರೀತಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಕೇವಲ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಮುತುವರ್ಜಿ ವಹಿಸಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಚಿಂತನೆ ಮಾಡಿಲ್ಲ. ಅದೇ ರೀತಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಇಂದು ಪ್ರಚಲಿತದಲ್ಲಿದ್ದರೂ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಇವುಗಳ ಸೇವೆಯನ್ನು ಸಮರ್ಪಕವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿಲ್ಲ. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಮನೋಭಾವನೆಯ ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಸಮಗ್ರ ಅರಿವಿನ ಕೊರತೆ ಎದ್ದು ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದು, ಈ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿಯೇ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ತಮ್ಮ ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನು ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುವ ಆವರ್ತಗಳಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿರುವ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಗಮನ ಕೊಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ, ಸಂಘಗಳ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆ ಪಾತ್ರ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಈ ಸಂಶೋಧನಾ ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಮಂಡಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಡಲೇಬೇಕಾದ ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಡಿಕೆ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಗೊಳು ಹೇಳುವ ಧ್ವನಿಗಳು ತುಂಬಿ ತುಳುಕುತ್ತಿದ್ದು, ಪರಿಹಾರದ ಧ್ವನಿ ಕೇಳದೆ ಇರುವ ಪ್ರಕೃತ ಕಾಲಘಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ತಲಸ್ಪರ್ಶಿ ಅಧ್ಯಯನ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ಥಿತ್ಯಂತರ ನೈಜ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ನಿಖರವಾಗಿ ಗುರುತಿಸಿ, ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳನ್ನು ಈ ಸಂಶೋಧನಾ ಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿ ಮಂಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

1.2. ಅಧ್ಯಯನದ ವ್ಯಾಪ್ತಿ :

ಅವಿಭಜಿತ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯನ್ನು ಪ್ರಾತಿನಿಧಿಕವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಈ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾಗುವ ಅಡಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣ ಅದರ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಪಾತ್ರ ಅದರಲ್ಲಿಯೂ 'ಮಾಸ್' ಎನ್ನುವ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘದ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ಈ ಪ್ರಬಂಧದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯ ಮಹತ್ವ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಭಾರತದ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯ ಪಾತ್ರ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ರಂಗದ ಬೆಳವಣಿಗೆ,

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಒಟ್ಟು ಪಕ್ಷಿನೋಟ, ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳು, ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಸ್ವರೂಪ, ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸುವುದರಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ಎಂಬ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಪಾತ್ರ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ, ಬೆಳೆಗಾರರು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳು ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

1.3. ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ಪೂರ್ವಕಲ್ಪನೆ :

ಈ ಅಧ್ಯಯನ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಿವೃದ್ದಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಎಂಬ ಎರಡು ಆರ್ಥಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕೃತವಾಗಿರಿಸಿ, ಯಾವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾದಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬಹುದು ಎಂಬ ವಿಷಯದ ಮೇಲೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಪೂರ್ವಾಭಿಪ್ರಾಯದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅದು ಯಾವುದೆಂದರೆ,

" ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ "

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ. ಒಂದು ಪ್ರದೇಶದ ಕೃಷಿ ಬೆಳೆಗಳ ಮಾದರಿ, ಕೃಷಿ ಭೂಮಿ ಬಳಕೆಯ ಮಾದರಿ, ಕೃಷಿ ಭೂಮಿ ಬಳಕೆಯ ಗಾತ್ರ ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳು, ಆಯಾಯ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಆದಾಗ, ಕೃಷಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿತ ಇತರ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡು, ಒಟ್ಟು ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಬಂಧಿತ ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ಉತ್ಪಾದನೆ ಊರ್ಜಿತಗೊಂಡು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಛಾಯೆ ಮೂಡುತ್ತದೆ. ಹಾಗೇಯೇ ಹಳ್ಳಿ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯಾಧಾರಿತ ಕೈಗಾರಿಕಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳೂ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಲು ಸಾಧ್ಯ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಿಂದ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಪ್ರೇರೇಪಣೆಗೊಂಡು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಾಧ್ಯ ಎಂಬ ಪೂರ್ವ ಕಲ್ಪನೆಯೊಂದಿಗೆ ಈ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

MASS "ಮಾಸ್" ಎಂಬ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿ, ಯಾವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ

ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾದಾಗ, ಅದು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗ ಬಲ್ಲುದು ಎಂಬ ಪೂರ್ವ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸುವುದೇ ಈ ಮಹಾ ಪ್ರಬಂಧದ ಘನ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿ, ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗಿದೆ.

1. ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆಯ ದಕ್ಷ ಮಾರಾಟ.

2. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ನೈಜ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು.

3. ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು.

4. ಮಾಸ್ (MASS) ನ ರಚನೆ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಇದರ ಪಾತ್ರ.

5. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ MASS ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು.

6. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳು.

7. ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ,

1.4 ಅಧ್ಯಯನದ ವಿಧಾನ:

ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಎಂಬ ಪೂರ್ವಾಭಿಪ್ರಾಯದೊಂದಿಗೆ ಈ ಅಧ್ಯಯನ ಆಧಾರವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಕಲೆ ಹಾಕಲಾಗಿದೆ. ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಗಳನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯದ ಮೂಲಕ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ. ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸಣ್ಣ ರೈತರು, ಮಧ್ಯಮ ರೈತರು ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ರೈತರುಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ, ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಪ್ರೌಢ ಪ್ರಬಂಧ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ 5 ತಾಲೂಕುಗಳಾದ ಬಂಟ್ವಾಳ, ಸುಳ್ಯ, ಪುತ್ತೂರು, ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ, ಮಂಗಳೂರು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕುಗಳಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಮೇಲೆ ಆಧಾರಿತವಾಗಿದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಸಂಖ್ಯಾ ಶಾಸ್ತ್ರದ 'Sampling Method' ನ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ 'MASS' ಸಹಕಾರಿಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರ ಸದಸ್ಯರುಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ, ಈ ಮೇಲೆ ನಿರೂಪಿಸಿದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿಂಗಡಿಸಿ, ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಕಲೆ ಹಾಕಲಾಗಿದೆ.

ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮಾಹಿತಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮಿಕ ಯಾ ಅನುಷಂಗಿಕ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಈ ಪ್ರೌಢ ಪ್ರಬಂಧಕ್ಕೆ ಮೂಲಾಧಾರವಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗಿದೆ. ವಿವಿಧ ಸಂಶೋಧನಾ ಲೇಖನಗಳಿಂದ, ಕೃಷಿ ಇಲಾಖೆಗಳ ಪ್ರಕಟನೆಗಳಿಂದ, ವಿವಿಧ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳ ಗ್ರಂಥಾಲಯಗಳಿಂದ, ಕೃಷಿ ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಂದ ಜಿಲ್ಲಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶ ಸಂಗ್ರಹಣಾಲಯದಿಂದ ಹಾಗೂ ಸರಕಾರಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಕಛೇರಿಗಳ ಮಾಹಿತಿಗಳಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ. ಗಳಿಸಿದ ಸಮಗ್ರ ಮಾಹಿತಿಗಳಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಕೋಷ್ಟಕಗಳನ್ನು, ನಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಸಂಖ್ಯಾ ಶಾಸ್ತ್ರದ Chi-Square test, Standard Deviation , Mean Value ಇತ್ಯಾದಿ ಪರಿಕರಗಳನ್ನು ಬಳಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಈ ಪ್ರೌಢ ಪ್ರಬಂಧವು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮತ್ತು ಅನುಷಂಗಿಕ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ, ವಿಶ್ಲೇಷಣಾತ್ಮಕವಾಗಿ ರಚನೆಯಾಗಿದೆ.

1.5. ಅಧ್ಯಯನದ ಅಗತ್ಯ :

ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಾಧಾನ್ಯತೆ ಇದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮಾದರಿಯನ್ನೇ ಬದಲಾಯಿಸುವುದು ಅಲ್ಲದೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ರೈತರುಗಳ, ಕಾರ್ಮಿಕರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟದ ಸುಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ನಾಂದಿಯಾಗಿದ್ದು, ಒಟ್ಟು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ.

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುವ ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಬೇಡಿಕೆ ಕೂಡ ಇದೆ. ಇಲ್ಲಿನ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರು ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಪೈಪೋಟಿ ನಡೆಸುತ್ತಿರುವುದು ಗಮನೀಯ ಅಂಶ. ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆದ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಶೇಕಡಾ 85 ರಷ್ಟು ಕಾರ್ಯ ಪ್ರವೃತ್ತರಾಗಿದ್ದು, ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಶೇಕಡಾ 15 ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಮಾತ್ರ ತನ್ನ ಕಡೆಗೆ ಸೆಳೆದುಕೊಂಡಿದೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ದೇಶೀಯ ಮತ್ತು ಅಂತರ್ದೇಶೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಇಂದು ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗದಂತೆ ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಒಂದು ಸವಾಲಾಗಿ ನಿಂತಿದೆ.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗೊತ್ತುಪಡಿಸಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಪೂರಕವಾದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಕೊಡುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯುವ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಧ್ಯಯನಗಳು ಈ ವರೆಗೆ ನಡೆಯದೇ ಇರುವುದರಿಂದ ಸಂಶೋಧಕರ ಒಂದು ಪ್ರಯತ್ನ ಈ ಮಹಾ ಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಾಗಿದೆ. ಈ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ, MASS (ಮಾಸ್) (ಮಂಗಳೂರು ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ) ಸಹಕಾರಿಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನದ ಕೇಂದ್ರ ಬಿಂದುವಾಗಿರಿಸಿ, ಇದು ಯಾವ ರೀತಿ ಒಂದು ಭಿನ್ನ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಒಂದು ಪ್ರೇರಣಾ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಈ ಅಧ್ಯಯನ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮೇಲೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲಿದ್ದು, ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವಾಗಿ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಆರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಇದುವರೆಗೆ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಆಗದೇ ಇರುವುದರಿಂದ ಸಂಶೋಧಕರು, ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ, ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಯಾವ ರೀತಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು, ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಸ್ತುತ ನ್ಯೂನತೆಗಳು, ಲೋಪದೋಷಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಆಳವಾದ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ನಡೆಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ದಕ್ಷ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಬಹುದು ಎಂಬ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ.ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಮಾಸ್ ಎಂಬ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

1.6. ಅನುಕ್ರಮಣಿಕೆ

1. ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ.
2. ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಹಾಗೂ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ.
3. ಅಧ್ಯಯನ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಪ್ರದೇಶದ ಒಂದು ಪಕ್ಷಿನೋಟ – ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ.
4. 'ಮಾಸ್' ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ.
5. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಗಳು – ಅಧ್ಯಯನದ ಫಲಿತಗಳು ಮತ್ತು ಪರಾಮರ್ಶನೆ.
6. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳು.
7. ಅಧ್ಯಯನದ ಸಾರಾಂಶ ಮತ್ತು ಉಪಸಂಹಾರ.

<u>ಗ್ರಂಥಋಣ:</u>

*1. ವರ್ಮುಡಿ, ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ. : 'ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ–ಅಂದು–ಇಂದು–ಮುಂದು', ವರ್ಮುಡಿ ಪ್ರಕಾಶನ, 2001, ಪುಟ 2.

*2. ರಾಘವನ್ ವಿ. : ಪಿಎಚ್.ಡಿ ಗ್ರಂಥ, ಗೌಹಾತಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯ, 1957, ಪುಟ 186.

*3. ಭಾವಪ್ಪ, : , 'Areconut Species Bull ' – 9 , 1963, ಪುಟಗಳು. 55–56.

*4. ಬಿಕ್ಕಾರಿ (Beccari O.), ಫಿಲಿಫೈನ್ಸ್, "Plantation Crops" , 1919, ಪುಟಗಳು. 389–394.

*5. ಗೋಢೆ (Gode P.K.). : "Studies in Indian Cultural History"., Vol – 1, Vishweshwarananda Vedic Research Institute, Hoshiarpur, 1961, pp. 29-32.

*6. ವಾಂಗ್ (Wang H.C.) , " Plant Cell & Tissue & Organ Culture : 75 " 1889, ಪುಟಗಳು. 95-98.

*7. Rao Mohana M, ' Introduction in Arecanut Palm' .,CPCRI Kasargod, (edtd by Bhavappa & Nair M.K).,1982, ಪುಟಗಳು. 1–9.

*8. Furtado C.X . : ' Principles', ಪುಟಗಳು. 26–31.

*9. ಭಟ್. ಶಂಕರ್ ಬದನಾಜೆ , 'ಸುಗಂಧ ಫಲ ಅಡಿಕೆ', 2008, ಪುಟ 12.

*10. ಭಟ್ ಶಂಕರ್ ಬದನಾಜೆ. :'ಸುಗಂಧ ಫಲ ಅಡಿಕೆ', 2008 ಪುಟ. 16.

*11. ನಾಡಕರ್ಣಿ, ಎಂ.ಕೆ., ' ಇಂಡಿಯನ್ ಮೆಟೀರಿಯಾ ಮೇಧಕ, 2007 ಪುಟ, 24.

*12. ಸುಶ್ರುತ ಸಂಹಿತೆ (ಚಿಕಿತ್ಸಾ ಸ್ಥಾನ), ಅಧ್ಯಾಯ 24, ಪುಟ. 260.

*13. ಭಟ್. ಶಂಕರ್ ಬದನಾಜೆ (2008) 'ಸುಗಂಧ ಫಲ ಅಡಿಕೆ'., ಅಡಿಕೆ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪ್ರತಿಷ್ಠಾನ (ರಿ). ವಾರಾಣಾಸಿ ಟವರ್ಸ್ ಮಿಷನ್ ಸ್ಟ್ರೀಟ್, ಮಂಗಳೂರು. 2008, ಪುಟಗಳು. 3–4.

*14. ಭಟ್ ಶಂಕರ್, ಬದನಾಜೆ. 'Arecanut ; Medicinal & alternative Uses ' Arecanut Research and Development Foundations (R), Varanasi Towers., Mangalore , 2008 , ಪುಟ 9.

ಅಧ್ಯಾಯ–2

ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಹಾಗೂ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

ಅಧ್ಯಾಯ 2

ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹಾಗೂ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ.

2.1. ಪೀಠಿಕೆ :

'ಅಭಿವೃದ್ಧಿ' ಎಂಬ ಪದಕ್ಕೆ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಅರ್ಥವಿದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ರಾಜಕೀಯ ಹಾಗೂ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸಂಭವಿಸುವ ಅನೇಕ ವಿಧಗಳ ಮತ್ತು ಅನೇಕ ರೀತಿಯ ಪರಿಣಾಮಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಲ್ಲ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು 'ಅಭಿವೃದ್ಧಿ' ಎಂದು ಕರೆಯಬಹುದು. 'ಬೆಳವಣಿಗೆ' ಬಹುಮುಖ್ಯವುಳ್ಳದ್ದು, ಅದು ವಿಭಿನ್ನ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ವಿವಿಧ ಕಾಲಗಳಲ್ಲಿ ಜರಗುವ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದರಿಂದ ಅದೊಂದು 'ಅಂತರ್ – ವಿಷಯಿಕ' (Inter-disciplinary) ಅಧ್ಯಯನವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಕ್ಷೇತ್ರದ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಇನ್ನೊಂದು ಕ್ಷೇತ್ರದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿ ಅದನ್ನು ಪ್ರಚೋದಿಸುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಕೇವಲ ಒಂದು ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಾಗುವ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಸಿಸಿದರೆ ಇತರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುವ ಪರಿವರ್ತನೆಗಳನ್ನು ತಿಳಿಯಲು ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಸಮಷ್ಟಿ ರೂಪವನ್ನು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎಂಬ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಒಂದು ಸಂಕೀರ್ಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ 'ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ' ಎನ್ನುವುದು ವಿಶಾಲ ಅರ್ಥವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಬಹುಮುಖ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಹೊಂದಿರುವ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಒಂದು ಭಾಗ ಮಾತ್ರ.

2.2. ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಅರ್ಥ :

ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನುವುದು ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಜಗತ್ತಿನ ಅರ್ಥ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಘೋಷಿಸಲ್ಪಟ್ಟಂತಹ ಒಂದು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಉತ್ತೇಜನ ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. *[1.] ಸಾಂಪ್ರಾದಾಯಿಕ ಮಟ್ಟದಿಂದ ಆಧುನಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮಟ್ಟದೆಡೆಗೆ ಸಾಗುವ ಸಂಚಿತ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನಬಹುದು.*[2.] ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನುವ ಪದಕ್ಕೆ ಅರ್ಥ ವಿವರಣೆ ಕಾಲದಿಂದ ಕಾಲಕ್ಕೆ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಸಬಾಸ್ಟನ್‌ನ ಪ್ರಕಾರ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನುವುದು ಕೇವಲ ಆರ್ಥಿಕ ವಿಚಾರ ಎನ್ನಲ್ಪಟ್ಟರೆ, ಆಧುನಿಕ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರ ಪ್ರಕಾರ, ಒಂದು

ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದ ಸರ್ವಾಂಗೀಣ ಬದಲಾವಣೆಯೇ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಸರ್ವಾಂಗೀಣ ಬದಲಾವಣೆಯಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ ಅಂಶಗಳಾದ, ಉತ್ಪಾದನೆ, ಆದಾಯ, ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಬದಲಾವಣೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಬದಲಾವಣೆ, ಆಡಳಿತ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿಂಟಾಗುವ ರಚನಾತ್ಮಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳು, ಬೇಡಿಕೆ, ಪೂರೈಕೆ ಅನುಭೋಗದ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಅಲ್ಲದೆ ಆರ್ಥಿಕೇತರ ಅಂಶಗಳಾದ ಜನರ ರೂಢಿ, ಸಂಪ್ರಾದಾಯಗಳು, ನಂಬಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಜೀವನ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಾಗುವ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಸೇರಿರುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ಆರ್ಥಿಕ ಪರಿಸರದಲ್ಲಾಗುವ ಬಹುಮುಖ ಸಂಕೀರ್ಣ ಕ್ರಾಂತಿ ಎನ್ನಬಹುದು. ಇನ್ನೊಂದು ಅರ್ಥದಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, "ದೀರ್ಘಕಾಲದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಜನ ಸಮುದಾಯದ ಒಟ್ಟು ನೈಜ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ ಉಂಟಾಗುವ ರಚನಾತ್ಮಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೇ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು.*[3.] ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ದೈನಂದಿನ ಆಗುಹೋಗುಗಳಿಂದ ಪ್ರಭಾವಗೊಳ್ಳುವುದರಿಂದ ಅದು ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರದ (Economic Dynamics) ಒಂದು ಶಾಖೆಯಾಗಿದೆ. ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಅಲ್ಪಕಾಲವನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳದೆ. ದೀರ್ಘಕಾಲದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಹಾಗೂ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಪರಿಣಮಿಸುವ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆರ್ಥಿಕ ಚರಪರಿಮಾಣಗಳಾದ ಜನಸಂಖ್ಯೆ, ಶ್ರಮದಕ್ಷತೆ, ಉತ್ಪಾದನೆ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ಬೇಡಿಕೆ, ಪೂರೈಕೆ, ಬೆಲೆ, ವ್ಯಾಪಾರ ಮೊದಲಾದವುಗಳಲ್ಲಿ ಏರಿಳಿತಗಳುಂಟಾಗುತ್ತಿರುವುದು ಸಾಮಾನ್ಯ ಸನ್ನಿವೇಶ. ಆದುದರಿಂದ ಈ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಆದಾಯದ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ನಿಖರವಾಗಿ ಕಂಡುಹಿಡಿದು ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಗತಿಯನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಅಥವಾ ಈ ಪ್ರಯತ್ನವು ದೋಷಪೂರಿತವು, ಅಪರಿಪೂರ್ಣವೂ ಆಗುತ್ತದೆ. ಉದ್ಯಮ ಚಕ್ರಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಆರ್ಥಿಕತೆಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಸಂಭವಿಸುವ ಸಂಗತಿಗಳಾಗಿವೆ. ಈ ಚಕ್ರಗಳಿಂದಾಗಿ ಅಲ್ಪಕಾಲಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾದಾಗ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಿದೆ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಾಧಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ ಎಂದೂ, ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಕುಸಿತವಾದಾಗ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ. ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ. ಎಂದು ಭಾವಿಸುವುದು ಸಹಜ. ಈ ದೋಷವನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಲು ದೀರ್ಘಕಾಲವನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಆ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಗೋಚರಿಸುವ ಉದ್ಯಮ ಚಕ್ರಗಳು ಹಾಗೂ ವಿವಿಧ ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕೇತರ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಜರಗುವ ಸರಾಸರಿ

ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ಯಮ ಚಕ್ರವು ಸುಮಾರು ಆರರಿಂದ ಹದಿಮೂರು ವರ್ಷಗಳವರೆಗೆ ಸಂಭವಿಸುವುದರಿಂದ, ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು ಇಪ್ಪತ್ತೈದು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯ ಚಲನೆಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸುವುದು ಸೂಕ್ತವೆಂದು ಮೀಯರ್ ಮತ್ತು ಬಾಲ್ಡ್ವಿನ್ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.*[4]

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ದೀರ್ಘಕಾಲದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯ ಅಥವಾ ತಲಾ ಆದಾಯದ ಮೂಲಕವೂ ಇದರ ಅರ್ಥ ವಿವರಣೆ ಮಾಡಬಹುದು. ಆದಾಯ ವೃದ್ಧಿಯಾಗಲು ಬಂಡವಾಳ ಸಂಚಯ, ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಹಾಗೂ ತಾಂತ್ರಿಕ ಜ್ಞಾನದ ಮುನ್ನಡೆ, ನೈಸರ್ಗಿಕ ಸಂಪತ್ತುಗಳ ಫಲಕಾರಿಯಾದ ಬಳಕೆ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಅವಶ್ಯಕವಿರುವುದರಿಂದ, ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಈ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಅಂಶಗಳು ಆರ್ಥಿಕತೆಗೆ ಅನುಕೂಲಕರವಾಗಿದ್ದರೆ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಆದಾಯದೊಂದಿಗೆ ಜನಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಿದಾಗ ತಲಾ ಆದಾಯ ಕುಸಿಯುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ತಲಾ ಆದಾಯವನ್ನು ಆಧಾರವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಪ್ರೋ. ರೋಸ್ಟೋ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಈ ರೀತಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿದ್ದಾರೆ. "ಒಂದು ಕಡೆ ಬಂಡವಾಳ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಮಿಕ ಶಕ್ತಿಯ ಹೆಚ್ಚಳದ ದರ ಹಾಗೂ ಇನ್ನೊಂದು ಕಡೆ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ, ಇವೆರಡರ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧದ ಮೇರೆಗೆ ತಲಾ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಾಗುವ ಏರಿಕೆಯೇ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ" ಎನ್ನಬಹುದು. *[5]

2.3. ಆರ್ಥಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ (Economic Progress and Economic Development):

ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರದ ಪರಿಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಿದ್ದು, ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನುವುದು ವಿಶಾಲ ಅರ್ಥವನ್ನು ಪಡಕೊಂಡಿದೆ ಮತ್ತು ಬೆಳವಣಿಗೆ ಎನ್ನುವುದು ಸಂಕುಚಿತ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಫ್ರಾಂಕಾಯ್ಸ್, ಪರೋಕ್ಸ, ಜೋಸೆಫ್, ಅಲಾಯ್ಸ್, ಶುಂಪೀಟರ್, ಉರ್ಸುಲಾ ಹಿಕ್ಸ್, ಮ್ಯಾಡಿಸನ್ ಮೊದಲಾದ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರುಗಳ ಪ್ರಕಾರ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಜರಗುವ ಒಂದು ರಚನಾತ್ಮಕ ಪರಿವರ್ತನೆ, ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಮುನ್ನಡೆಯಾದಾಗ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಕ್ರಾಂತಿಯುಂಟಾದಾಗ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾದಾಗ ಅನೇಕ ರೀತಿಯ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಹಾಗೂ ರಚನಾತ್ಮಕ ರೂಪಾಂತರಗಳಾಗಿ ಸಮಗ್ರ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಪರಿವರ್ತನೆ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನದ

ಹೆಚ್ಚಳವು ಇಂತಹ ಪರಿವರ್ತನೆಯಿಂದ ಪ್ರೇರಿತವಾದಾಗ ಅದನ್ನು 'ಅಭಿವೃದ್ಧಿ' ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಬೆಳವಣಿಗೆ ಎನ್ನುವುದು ಕೇವಲ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಾಗುವ ಹೆಚ್ಚಳವನ್ನು ಗುರುತಿಸುತ್ತದೆ.*[6] ಆದುದರಿಂದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎಂದರೆ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ನವ ಪ್ರವರ್ತನೆಗಳ ಸಮ್ಮಿಲನ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ನವ ಪ್ರವರ್ತನೆ ಎಂದರೆ ಉತ್ಪಾದನಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಹೊಸ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸುವುದು ಎಂದರ್ಥ. ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ವಿಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ನವೀನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅನುಸರಣೆ, ಹೊಸ ಯಂತ್ರದ ಬಳಕೆ, ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತುಗಳ ಹೊಸ ಮೂಲಗಳ ಸಂಶೋಧನೆ , ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಸ್ತರಣೆ ಹಾಗೂ ಹೊಸ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಶೋಧನೆ, ಉದ್ಯಮದ ಪುನರ್ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮುಂತಾದವುಗಳು ನವಪ್ರವರ್ತನೆಯ (Innovation) ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಬರುತ್ತದೆ. ನವಪ್ರವರ್ತನೆಗಳು ನೆರವೇರಿದಾಗ ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಚ್ಚಳದೊಡನೆ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಆಧುನೀಕರಣ ಮತ್ತು ಪರಿವರ್ತನೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ.

ಆದುದರಿಂದ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಒಂದು 'ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ' ಅಥವಾ 'ಕಾರ್ಯ ವಿಧಾನ' (Process) ವಾದರೆ ಆರ್ಥಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಒಂದು 'ಸಂಗತಿ' (Phenomenon) ಆಗಿದೆ. ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಜೊತೆಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆ. ಇದು ಗುಣಾತ್ಮಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ. ಇದೊಂದು ಪ್ರೇರಿತ ಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದ್ದು, ಉತ್ಪಾದನಾಂಗಗಳ ಸಾಧನೆ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿನ ಸುಧಾರಣೆ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾದ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ, ಜನರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದ ಬದಲಾವಣೆ ಮೊದಲಾದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಾಪೇಕ್ಷವಾಗಿ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಅಲ್ಪಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಜರಗುವ ಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಆರ್ಥಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಯು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಪರಿಣಮಿಸುವ ಸಂಗತಿಯಾಗಿದೆ. ಶುಂಪೀಟರನ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎಂಬುದು ಈ ಹಿಂದೆ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿದ್ದ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಸದಾ ಮಾರ್ಪಡಿಸುವ ಮತ್ತು ಕದಲಿಸುವ ಸ್ಥಗಿತ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಾಗುವ ನಿರಂತರವಾದ ಮತ್ತು ಸ್ವಯಂಪ್ರೇರಿತವಾದ ಬದಲಾವಣೆಯಾದರೆ, ಬೆಳವಣಿಗೆ ಎಂಬುದು ಜನಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಉಳಿತಾಯಗಳ ದರದಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಸಾಮಾನ್ಯ ಏರಿಕೆಯ ಪರಿಣಾಮದಿಂದಾಗಿ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಭವಿಸುವ ಕ್ರಮೇಣವಾದ ಮತ್ತು ಸ್ಥಿಮಿತರ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗಿದೆ.*[7]

2.4. ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಗತಿ (Economic Progress) :

'ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಗತಿ' ಮತ್ತು 'ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ' ಎಂಬ ಎರಡು ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ 'ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಗತಿ' ಎಂಬ ಪದ ವಿಶಾಲವಾದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಜನರ ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯಾದಾಗ, ಜೀವನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಯಾಗ ಬೇಕಾದರೆ ಆದಾಯದ ಹಂಚಿಕೆಯೂ ಸಮರ್ಪಕವಾಗಿರಬೇಕು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಯಾವಾಗ ಆದಾಯದ ಮತ್ತು ಸಂಪತ್ತಿನ ಸಮರ್ಪಕ ಹಂಚಿಕೆಯಾಗಲ್ಪಟ್ಟಾಗ ಬಡತನದ ಪ್ರಮಾಣ ಕನಿಷ್ಠ ಬಿಂದುವಿಗೆ ಬಂದು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರಗತಿಯಾಗುತ್ತದೆಯೋ ಅದು ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು. ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ.*[8] ಇಂತಹ ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಗತಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯದ ಹೆಚ್ಚಳದೊಂದಿಗೆ ಜನರಲ್ಲಿ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಸಂಪತ್ತಿನ ಹಂಚುವಿಕೆಯ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ನ್ಯಾಯದಿಂದ ಕೂಡಿದ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎಂದು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಬಹುದು.*[9] ಆದುದರಿಂದ, ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನುವುದು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮತ್ತು ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಾಗುವ ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಹೆಚ್ಚಳ ಮತ್ತು ಆದಾಯದ ಹಂಚಿಕೆಯಲ್ಲಾಗುವ ಗುಣಾತ್ಮಕವಾದ ಉನ್ನತಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸಬೇಕು.*[10]

2.5. ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ :

ಭಾರತವು ಗ್ರಾಮೀಣ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಪ್ರಾಬಲ್ಯ ಹೊಂದಿರುವ ದೇಶ. ಶೇಕಡಾ 77 ರಷ್ಟು ಜನರು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ವಾಸಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ದೇಶದ ಸರ್ವತೋಮುಖ ಪ್ರಗತಿ ಈ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಹಳ್ಳಿಗಳು ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಿ, ಪೂರೈಸುವ ಮೂಲಗಳಾಗಿರುವುದರಿಂದ ದೇಶದ ಬೆನ್ನೆಲುಬಿನಂತೆ ವರ್ತಿಸುತ್ತಿವೆ. ಆದರೆ ಇಂದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಹಳ್ಳಿಗಳು ಆಧುನಿಕತೆಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಂದ ವಂಚಿತವಾಗಿದ್ದು, ಹಳ್ಳಿಗಳು ಮತ್ತು ಪಟ್ಟಣಗಳ ನಡುವಿನ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಅಸಮಾನತೆ ದಿನದಿಂದ ದಿನಕ್ಕೆ ಪ್ರಖರಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಇಂತಹ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಅಸಮಾನತೆಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಿ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮವಾಸಿ ಬಡ ಜನತೆಯ ಜೀವನಮಟ್ಟವನ್ನು ಉತ್ತಮಪಡಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಸ್ವತಂತ್ರ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ.

ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದೊಂದಿಗೆ, ಬ್ರಿಟೀಷ್ ಸರಕಾರ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಒತ್ತನ್ನು ಕೊಟ್ಟಿತು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ 1928ರಲ್ಲಿ Royal Commission on Agriculture (ಕೃಷಿ ಮೇಲಿನ ರಾಯಲ್ ಆಯೋಗ) ಮಾಡಿದ ಶಿಫಾರಸ್ಸುಗಳು, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಕೃಷಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ಸಮನ್ವಯಗೊಳಿಸಿದ ಸಂಶೋಧನೆಗೆ ಭದ್ರ ತಳಪಾಯವನ್ನು ಒದಗಿಸಿದವು. ಇವೆಲ್ಲವುಗಳ ಫಲವಾಗಿ "ಇಂಪೀರಿಯಲ್ ಎಗ್ರಿಕಲ್ಚರಲ್ ರೀಸರ್ಚ (Imperial Agricultural Research) ಸ್ಥಾಪಿಸಲ್ಪಟ್ಟು, ಇದೀಗ 'ಇಂಡಿಯನ್ ಕೌನ್ಸಿಲ್ ಆಫ್ ಅಗ್ರಿಕಲ್ಚರಲ್ ರಿಸರ್ಚ್ (Indian Council of Agricultual Research) ಎಂಬ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ.

ಬಹುಷಃ ಗ್ರಾಮೀಣಾಬಿವೃದ್ಧಿಯ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಕೃಷಿ ವಲಯವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವುದೇ ಮುಖ್ಯ ಪರಿಹಾರವಾಗಿದ್ದು, ಕೃಷಿಕರ ತಲಾ ಪ್ರತಿಫಲವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ತಾರ್ಕಿಕವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಬಂಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕವಾಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಉದ್ಯೋಗ ಮತ್ತು ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವುದು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.*[11] . ಕೇವಲ ಉದ್ಯೋಗ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯಿಲ್ಲದೆ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರಿಗೆ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಅನುಭೋಗಿಸಿ, ತಲಾ ಆದಾಯ, ಆರೋಗ್ಯ ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಣದ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸಿದಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ತಳಪಾಯ ಹಾಕಿದಂತಾಗುವುದು. ಆಪ್ ಹೋಪ್ ಮತ್ತು ಎಸ್ಮನ್‌ರವರ ಪ್ರಕಾರ, "ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನುವುದು ಸಾಮಾಜಿಕ, ರಾಜಕೀಯ ಹಾಗೂ ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಆಡಳಿತಾತ್ಮಕ ಆಯಾಮದಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಸಂಯೋಜಿತ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ"*[12] ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ.

ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬಡತನ ಮತ್ತು ಹಿನ್ನಡೆಯನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಸಮತೋಲಿತ ಮತ್ತು ಸಂತುಲಿತ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡಬೇಕೆಂದು ಆಚಾರ್ಯರವರ ಅಧ್ಯಯನ ನಿರ್ದೇಶಿಸುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಪ್ರಯತ್ನದಲ್ಲಿ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಸವಲತ್ತುಗಳ ದೊರಕುವಿಕೆ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪಡಿಸಬೇಕಾಗುವುದು. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತವಾದಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗ ಲಭಿಸಿ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬಹುದು ಎಂದು ಆಚಾರ್ಯರು ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಸೂಚಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. *[13].

ಆದುದರಿಂದ ಒಂದು ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ನಗರೀಕರಣಕ್ಕೆ ಗುರಿಪಡಿಸುವುದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಲ್ಲ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ, ನಗರಗಳಿಗೆ ಕೊಟ್ಟಂತಹ ಸಮಾನ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಕೊಟ್ಟು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ, ಪ್ರಗತಿಯ ಅಲೆಯನ್ನು ಎಬ್ಬಿಸುವುದೇ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ. ಇದನ್ನು 'ಗ್ರಾಮೀಣ ಪರಿವರ್ತನೆ' 'ಗ್ರಾಮೀಣ ಬದಲಾವಣೆ' ಗ್ರಾಮೀಣ 'ಪುನರ್ ನಿರ್ಮಾಣ' ಅಥವಾ 'ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ' ಎಂಬ ಪದಗಳ ಮೂಲಕ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಬಹುದು.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ , ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎಂದರೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಬಡವರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಜೀವನವನ್ನು ಉತ್ತಮಗೊಳಿಸುವ ಒಂದು ನೀತಿ ಎನ್ನಬಹುದು.*[14]

2.6. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಅರ್ಥ ವಿವರಣೆ :

'ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶ' ಮತ್ತು 'ನಗರ ಪ್ರದೇಶ' ಎಂಬ ಎರಡು ಶಬ್ದಗಳು ತನ್ನದೇ ಆದಂತಹ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಕೃಷಿ ಪ್ರಧಾನ ಪ್ರದೇಶವಾಗಿದ್ದು, ಪ್ರಕೃತಿಯೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಬಂಧ ಬೆಸೆದುಕೊಂಡು ಜನ ನೆಲೆಸಿರುವ ಹಳ್ಳಿ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು 'ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶ' ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗಿದೆ. ಭಾರತ ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಒಂದು ಮಗ್ಗುಲಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಧಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿದ ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಇನ್ನೊಂದು ಮಗ್ಗುಲಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದುವ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಕಾಣಸಿಗುತ್ತದೆ. ಈ ನಗರಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ಬೆಸೆದಿರುವ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು 'ರೂರರ್ಬನ್' (Rurarban Area) ಎಂದು ಪ್ರೋ. ಗಿರಿಯಪ್ಪ ಇವರು ಸಂಬೋಧಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಆದುದರಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣಪ್ರದೇಶ, ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕೃಷಿಯಾಧರಿತ ಭೂಮಿಯಾಗಿದ್ದು, ಹೆಚ್ಚಿನ ಆಧುನಿಕ ಸೌಲಭ್ಯಗಳಿಂದ ವಂಚಿತವಾಗಿ ನಿಸರ್ಗದೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಬಂಧ ಬೆಸೆದುಕೊಂಡು, ಜನಸಮುದಾಯ ನೆಲೆಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಒಂದು ಪ್ರದೇಶವಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರು ತನ್ನ ಜೀವನೋಪಾಯಕ್ಕಾಗಿ ಉದ್ಯೋಗವಕಾಶಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿ, ಆದಾಯವನ್ನು ಗಳಿಸಲು ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿ ರೂಪಿಸಿರುವ ಒಟ್ಟು ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಆದುದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯವಾಗಿದ್ದು, ಅದು ಜನರ ಸಾಮಾಜಿಕ, ಮಾನಸಿಕ, ವಯಕ್ತಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಜೀವನದ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಸುಧಾರಣೆ ಆಗಲ್ಪಟ್ಟಾಗ ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷವಾಗಿ ಜನರ

ಜೀವನ ಮಟ್ಟದ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಬೀರಿ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಜೀವನವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಬಹುತೇಕ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಿದೆ. ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯೊಂದಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಲ್ಪಟ್ಟಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಎಡೆ ಮಾಡಿ ಕೊಡುತ್ತದೆ.*[15]

2.7. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಅವಶ್ಯಕತೆ:

ಮೂಲತಹವಾಗಿ ಭಾರತ ಹಳ್ಳಿಗಳ ದೇಶ. ಇಂದು ಬಹುತೇಕ ಜನರು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ವಾಸಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಆಧುನಿಕ ಸೌಲಭ್ಯಗಳಿಂದ ವಂಚಿತರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಆದುದರಿಂದ ಬಹುತೇಕ ಜನರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಒದಗಿಸಿ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯು ತುರ್ತಾಗಿ ಆಗಬೇಕಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಜೀವನ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಿ, ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ, ರಾಜಕೀಯವಾಗಿ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾದಾಗ ಭಾರತದ ಬಹುತೇಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಲು ಅವಕಾಶವಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ದೇಶದ ಒಟ್ಟು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ನಗರಗಳು ಹೆಚ್ಚಿನ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಅನುಭೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಇದರಿಂದ ವಂಚಿತವಾಗಿರುವುದರಿಂದ, ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಅಸಮಾನತೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಅಸಮಾನತೆ ಉಂಟಾದಾಗ ಆದಾಯದ ಹಂಚುವಿಕೆಯಲ್ಲಿ ದೀರ್ಘ ಪ್ರಮಾಣದ ವ್ಯತ್ಯಾಸವುಂಟಾಗಿ ಆರ್ಥಿಕ ಅಸಮಾನತೆ, ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಗತಿಗೆ ತಡೆಯನ್ನುಂಟು ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಈ ಅಸಮಾನತೆಯನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಿ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಸಂಪತ್ತಿನ ಹಂಚುವಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಅಸಮಾನತೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಇಂದು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ.

ಇದಲ್ಲದೆ ಇಂದು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ನಗರೀಕರಣ ಬಹಳ ತ್ವರಿತಗತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಗುತ್ತಿದೆ. ಬಹುತೇಕ ಜನರು ನಗರ ಜೀವನವನ್ನು ಬಯಸಿ ನಗರಗಳಿಗೆ ವಲಸೆ ಹೋಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇದರಿಂದ ನಗರೀಕರಣ ವೆಚ್ಚದ ಪ್ರಮಾಣ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಜನರನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜೀವನಕ್ಕೆ ಆಕರ್ಷಿಸಲು. ಇಂದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪಡಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಆಗಬೇಕು.

2.8. ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮಾದರಿಗಳು :

ವಿವಿಧ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಕೊಡುಗೆ ನೀಡಿದ್ದು, ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ.

2.8.1. ಕ್ರಿಸ್ಟಲರ್ ಮಾದರಿ (Christoller Model)

ಕ್ರಿಸ್ಟಲರ್ ಎಂಬ ಜರ್ಮನಿಯ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞ "ಸೆಂಟ್ರಲ್ ಪ್ಲೇಸ್ ಥಿಯರಿ ಆಫ್ ಸೋಶಿಯಲ್ ಆರ್ಗನೈಸೇಶನ್" (Central Place Theory of Social Organisation) ಎಂಬ ಹೆಸರಿನೊಂದಿಗೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಒಂದು ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು 1966 ರಲ್ಲಿ ನೀಡಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಬಗ್ಗೆ ನೇರವಾದ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿ, ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಗತಿ ಎಂದು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಇವರ ಪ್ರಕಾರ, ಜನ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರ ಬಿಂದುವನ್ನು ಗೊತ್ತು ಪಡಿಸಬೇಕು. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಚದುರಿರುವ ಜನಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳು ಸಿಗುವ ಪ್ರದೇಶ 'ಕೇಂದ್ರ ಸ್ಥಾನವಾಗಿ' ಪರಿಣಮಿಸುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಅದು ಬೆಳವಣಿಗೆ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತದೆ. ಅಂಥಹ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರದೇಶಗಳಾಗಿ ಬೆಳೆದು, ಪೈಪೋಟಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ ಹೊಸ ಉಪಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಅಭ್ಯುದಯಕ್ಕೆ ಎಡೆ ಮಾಡಿ ಕೊಡುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಗ್ರಾಮಿಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಬೆಳೆದು ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಗೆ ದೂರ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಮಿತವ್ಯಯ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ ಕಂಡು, ಬಹು–ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಉಂಟಾಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತದೆ.

2.8.2. ಎಮ್.ಕೆ. ಗಾಂಧಿ ಮಾದರಿ (Gandhian Model)

ಭಾರತದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಮಹಾತ್ಮ ಗಾಂಧಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಬಗ್ಗೆ ಆಳವಾದ ಚಿಂತನೆಯನ್ನು ನಡೆಸಿದವರಲ್ಲಿ ಮೊದಲಿಗರು ಮತ್ತು ಬಹಳ ಸರಳವಾದ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯವಾಗುವಂತಿದೆ.

ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ವಿಕೇಂದ್ರೀಕರಣಗೊಳಿಸುವುದು ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮೂಲಾಧಾರವಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಮ ಸ್ವರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ಅಹಿಂಸೆ ಎಂಬ ಎರಡು ಮೌಲ್ಯಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ವಿಕೇಂದ್ರಿಕರಣದ ಮಾದರಿ ನೆಲೆಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಒಂದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಮಾಜದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಜನತೆಗೆ ವಯಕ್ತಿಕ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯವನ್ನು ಅನುಭವಿಸುವಂತಿರಬೇಕು. ಸ್ವರಾಜ್ಯ ಅಂದರೆ 'ಸ್ವ–ಆಳ್ವಿಕೆ ' ಮತ್ತು 'ಸ್ವ–ಹಿಡಿತ' *[16]. "ನನ್ನ ಪ್ರಕಾರ ಸ್ವರಾಜ್ಯ ಎನ್ನುವುದು.... ನನ್ನ ಕನಸು ಯಾವುದೇ ಕುಲ ಅಥವಾ ಧಾರ್ಮಿಕ ಭೇದಗಳು ಇಲ್ಲದೆ ಇದು ಹಸಿವೆಯಿಂದ ಬಳಲುತ್ತಿರುವ ಮಿಲಿಯಗಟ್ಟಲೆ ಬಡವರು, ಕಿವುಡರು, ಕುರುಡರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ರೈತರಿಗೆ ಅನ್ವಯವಾಗುತ್ತದೆ.*[17]

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಗಾಂಧಿ ಮಾದರಿಯ ಪ್ರಕಾರ ನೈತಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಭೌತಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳೊಂದಿಗೆ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯುಂಟಾದಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಪ್ರೇರಕವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಮನಗಂಡಿದ್ದರು. ಇದಲ್ಲದೆ ಸ್ವಯಂ ಶಿಸ್ತು; ಸ್ವಯಂ ಪ್ರೇರಣೆ ಮತ್ತು ಧರ್ಮದರ್ಶಿ ತತ್ವವನ್ನು ಕೂಡ ಅವರು ತಮ್ಮ ತತ್ವ ಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಗಾಂಧಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಮಾದರಿ ಹಳ್ಳಿಯಿರಬೇಕೆಂದಿದ್ದಾರೆ.

1. ಒಂದು ಮಾದರಿ ಹಳ್ಳಿ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆ ಪಡೆದಿರಬೇಕು.
2. ಗ್ರಾಮೀಣ ಆಡಳಿತ ಯಂತ್ರ ವಿಕೇಂದ್ರಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿರಬೇಕು.
3. ಗ್ರಾಮದಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಗೃಹ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಖಾದಿ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಬೆಳವಣಿಗೆ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು 'ಧರ್ಮದರ್ಶಿ' ತತ್ತ್ವದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಬಳಸುತ್ತಿರಬೇಕು.
4. ಲಘು ಯಂತ್ರಗಳ ಬಳಕೆಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮದ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ನೀಡಬೇಕು.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಗಾಂಧಿಯ ಪ್ರಕಾರ, ಹಳ್ಳಿ ಜನರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಗುಣಾತ್ಮಕ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗುವುದೇ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮೂಲ ಧ್ಯೇಯ ಎನ್ನಬಹುದು.*[18]

ಗಾಂಧಿಯ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ಮಾದರಿ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಾಗ ಬೇಕಾಗಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮದ ಒಂದು 'ಮಾದರಿ ರಚನೆ' ಯ ಕನಸನ್ನು ಕಂಡಿದ್ದರು. ಗ್ರಾಮದಲ್ಲಿ ಅಹಿಂಸೆ ಮತ್ತು ಸುಗಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಸಾಗುತ್ತಿರಬೇಕು

ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮ ನಿವಾಸಿಗಳಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ಸಹಕಾರಿ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಬಯಸಿದ್ದರು. ಅದರ ಪ್ರಕಾರ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಗ್ರಾಮ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಸಹಕಾರಿ ಮನೋಭಾವನೆಯಲ್ಲಿ ನಡೆಸುತ್ತಿರಬೇಕು.*[19] ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಗಾಂಧಿಯವರು ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದ್ದರು.

ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಕೆಲವು ಮುಖ್ಯವಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅವುಗಳು ಯಾವುದೆಂದರೆ ಒಂದನೇಯದಾಗಿ, "ಅಲ್ಲಿ ಅಸ್ಪರ್ಶತೆ ಮುಂತಾದ ಜಾತೀಯತೆಯ ಭೇದ ಭಾವಗಳು ಇರಬಾರದು"*[20]. ಜಾತೀಯತೆಯು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಆರೋಗ್ಯ ಕೆಡಿಸುತ್ತದೆ. ಎರಡನೇಯದಾಗಿ, ಬಡವರು ಮತ್ತು ಶ್ರೀಮಂತರ ನಡುವಿನ ಅಸಮಾನತೆ ಕನಿಷ್ಠವಾಗಿದ್ದು, ಆರ್ಥಿಕ ಸಮಾನತೆ ಬೇರೂರಿರಬೇಕು. ಮೂರನೇಯದಾಗಿ, ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಮನುಷ್ಯ ತನ್ನ ನೆರೆಹೊರೆಯವರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದು ಯಾ ಸೇವೆ ಮಾಡುವುದು ತನ್ನ ಕರ್ತವ್ಯ ಎಂದು ಭಾವಿಸಿರಬೇಕು. ಇದರಿಂದ ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ಸಹಕಾರ ಮನೋಭಾವದಿಂದಾಗಿ ಉತ್ತಮ ಮಾನವೀಯ ಸಂಬಂಧಗಳು ವೃದ್ಧಿಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತದೆ.

ಗಾಂಧಿಯ ಪ್ರಕಾರ, ಒಂದು ಹಳ್ಳಿ ಸ್ವಾವಲಂಬಿಯಾಗಿ ಬೆಳೆದು ಸ್ವ–ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಮೂಲಭೂತ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿರಬೇಕು. ಆ ಹಳ್ಳಿ ಕೇವಲ ಕೃಷಿಯಾಧರಿತ ಹಳ್ಳಿಯಾಗಿರದೆ ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳನ್ನು ವೃದ್ಧಿಸಿಕೊಂಡು ಒಂದು "ಕೃಷಿ–ಕೈಗಾರಿಕಾ–ಹಳ್ಳಿಯಾಗಿ" ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಿರಬೇಕು. ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಹಳ್ಳಿಗನಿಗೆ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಪರಿಚಯವಿದ್ದು, ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮಕ್ಕೆ ಸಿಗುವ ಗಾತ್ರವನ್ನು ಗಾಂಧಿ ವಿವರಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ "ನನ್ನ ಕನಸಿನ ಗ್ರಾಮ 1000 ಜನರನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ಅಂತಹ ಗ್ರಾಮ ಸ್ವಾವಲಂಬಿಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ" ಎಂದಿರುತ್ತಾರೆ.*[21]

ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಉಲ್ಲೇಖಿಸುತ್ತಿರುವಾಗ ಆಧುನಿಕ ರೀತಿಯ ತಾಂತ್ರೀಕರಣ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಒಂದು ಶಾಪವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಬಹುದು ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಬೃಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದ ಕೈಗಾರಿಕೆಗೆ ಮತ್ತು ಯಾಂತ್ರೀಕರಣವನ್ನು ಅವರು ವಿರೋಧಿಸಿದ್ದು, ಅವುಗಳು ಕಾರ್ಮಿಕರ ಶ್ರಮದ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸುವ ಮೂಲಗಳು ಮತ್ತು ಅವರ ಆದಾಯದ ಮೇಲೆ ಋಣಾತ್ಮಕ

ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಿ ಜೀವನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಕುಂಠಿತಗೊಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯತೆಯಿದೆ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯವಿತ್ತು ಎಂದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಯಾಂತ್ರೀಕರಣದಿಂದ ಸಂಪತ್ತು ಆದಾಯದ ಅಸಮಾನತೆ ವೃದ್ಧಿಗೊಂಡು ಕೆಲವೇ ಕೈಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಚಯನಗೊಂಡು ಬಡವರು ಮತ್ತು ಶ್ರೀಮಂತ ಎಂಬ ವರ್ಗಗಳ ಉದಯಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು ಎಂದಿದ್ದರು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅವರು, "ನಾನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಯಂತ್ರಗಳ ವಿರೋಧಿಯಲ್ಲ. ಆದರೆ ಯಾಂತ್ರೀಕರಣದ ಅಲ್ಪ ಉತ್ಸಾಹಕ್ಕೆ ವಿರೋಧವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುತ್ತೇನೆ. ಭಾರತದ ಗಲ್ಲಿ ಗಲ್ಲಿಗಳಲ್ಲಿ ಸಾವಿರಾರು ಜನರು ಕೆಲಸವಿಲ್ಲದೆ ಬಳಲುತ್ತಿರುವಾಗ ಮಾನವ ಶ್ರಮ ಉಳಿತಾಯಗೊಳಿಸುವ ಯಂತ್ರಗಳನ್ನು ಬಳಸಿದರೆ ಬಡತನದ ಪ್ರಮಾಣ ಇನ್ನೂ ಉಲ್ಬಣಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ನಾನೂ ಸಮಯವನ್ನು ಮತ್ತು ಶ್ರಮವನ್ನು ಉಳಿತಾಯಗೊಳಿಸಲು ಇಚ್ಛಿಸುತ್ತೇನೆ. ಆದರೆ ಕೆಲವೇ ಜನರ ಕೈಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಪತ್ತನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಲು ಬಯಸುವುದಿಲ್ಲ" ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ. *[22]

ಆದುದರಿಂದ ಕೇವಲ ಸ್ವಾವಲಂಬಿ ಗ್ರಾಮಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಸ್ವರಾಜ್ಯದ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಒಂದು ಗ್ರಾಮದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಸೌಲಭ್ಯಗಳ, ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಸರಿಯಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಿಭಾಯಿಸಲ್ಪಟ್ಟರೆ ಆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಗುಣಾತ್ಮಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿ, ಒಟ್ಟು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಛಾಯೆ ಮೂಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಜನರ ಜೀವನ ಮೌಲ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಊರ್ಜಿತಗೊಂಡು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬಹುದು ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ.

2.8.3. ಗಾಡ್ಗೀಳ್ ಮಾದರಿ (Gadgil Model) :

ಗಾಡ್ಗೀಳ್ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಡಿ.ಆರ್.ಗಾಡ್ಗೀಳ್ ಅವರು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಒಂದು ಯೋಜಿತ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದ ಎಲ್ಲಾ ರಂಗಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಪ್ರಗತಿಯಾಗಲ್ಪಟ್ಟಾಗ ಪೂರಕವಾಗಿ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಣೆಯಾಗಬಲ್ಲುದು ಎಂದು ಅವರು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಒಂದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಸೌಕರ್ಯಗಳು, ಸವಲತ್ತುಗಳು, ಹೂಡುವಳಿಗಳ ಹಂಚುವಿಕೆ, ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಸಂಗ್ರಹ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಣೆ, ಕೃಷಿಯೇತರ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗದ ಪ್ರಮಾಣ ಇತ್ಯಾದಿಗಳಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯವಾದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಲ್ಪಟ್ಟಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಈ ಮೊದಲು ಹೇಳಿದ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳು ಉತ್ತೇಜನ ಕೊಡುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಇದೊಂದು ಸೂಕ್ಷ್ಮಗ್ರಾಹಿ ಯೋಜನೆಯ ಪೂರಕ ಅಂಶ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಗಾಡ್ಗೀಳ್‌ರವರ ಪ್ರಕಾರ, ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಆ ಗ್ರಾಮದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಆಧುನಿಕ ರೀತಿಯ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸ, ಹಣಕಾಸು, ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟುಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುವ 'ಮಂಡಿ' ಅಥವಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಾದಾಗ, ಗ್ರಾಮ ಆಧುನೀಕರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಆಧುನೀಕರಣವು ಗ್ರಾಮೀಣ ಮತ್ತು ನಗರಗಳಿಗೆ ಕೊಂಡಿಯನ್ನು ಬೆಸೆದು ಹೊಸ ಉದ್ಯೋಗವಕಾಶ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗಬಲ್ಲುದು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಉತ್ತೇಜನಗೊಂಡು ಒಟ್ಟು ಗ್ರಾಮದಲ್ಲಿ ಜನರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಣೆಗೊಂಡು ಗುಣಾತ್ಮಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಾಗುತ್ತದೆ.*[23]

ಆದುದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕೇಂದ್ರಗಳೊಂದಿಗೆ ಹಳ್ಳಿಯನ್ನು ಜೋಡಿಸಿದಾಗ ಜನರ ಬಯಕೆಗಳು ಊರ್ಜಿತಗೊಂಡು, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿ ವಿಶಿಷ್ಟ ದರ್ಜೆಯ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಹಳ್ಳಿಯ ಜೀವನಮಟ್ಟ ಏರುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾದಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ತ್ವರಿತಗತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಗುತ್ತದೆ.

2.8.4 . ಡಾ। ವಿ.ಕೆ.ಆರ್.ವಿ.ರಾವ್ ಮಾದರಿ (VKRV Rao Model) :

ಡಾ। ವಿ.ಕೆ.ಆರ್.ವಿ.ರಾವ್ ಒಂದು ಹೊಸ ಮಾದರಿ (Cluster approach) ಯನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ 'ನಾವು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಚಿಂತನೆ ನಡೆಸುವಾಗ ನೆನಪಿನಲ್ಲಿಡಬೇಕಾದ ಅಂಶ ಯಾವುದೆಂದರೆ. ಭಾರತದ ಹಳ್ಳಿಗಳು ಬಹಳ ಚಿಕ್ಕದಾಗಿದ್ದು, ಅವುಗಳ ಗಾತ್ರ, ಜನಸಂಖ್ಯೆಗೆ ತುಲನೆ ಮಾಡಿದಾಗ, ಪಟ್ಟಣಗಳು ಯಾ ನಗರಗಳು ಬಹು ಗಾತ್ರಗಳದ್ದಾಗಿದೆ.*[24] ಈ ಹಳ್ಳಿಯ ಗಾತ್ರ ಬಹು ಚಿಕ್ಕದಾಗಿದ್ದಲ್ಲಿ ಅಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಹಮ್ಮಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಬಹಳ ತ್ರಾಸದಾಯಕ ಕೆಲಸ' ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ.

ಕ್ಲಸ್ಟರ್ (Cluster) (ಜನ ಗುಂಪು) ಮಾದರಿಯನ್ನು ಮೊತ್ತ ಮೊದಲ ಬಾರಿಗೆ ಗಾಡ್ಗೀಳ್ ಅವರು ಸಾದರಪಡಿಸಿ, ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯಕ್ಕೆ ಮೊದಲೇ ಮಂಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.*[25]

ರಾವ್ ಅವರ ಪ್ರಕಾರ, ಸುಮಾರು ಎಂಟು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚು ಈ ಸಣ್ಣ ಗ್ರಾಮಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟು ಸೇರಿಸಿ ಒಂದು 'ಬ್ಲಾಕ್' ಯಾ ಮಂಡಲವನ್ನಾಗಿ ರಚಿಸಿ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಿದಾಗ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಉಂಟಾಗುವುದು. ಜನರೊಳಗೆ

ವಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ ಮುಖತಹ ಭೇಟಿಯಾಗಿ ಆತ್ಮೀಯವಾದ ಸಂಪರ್ಕವುಂಟಾದಾಗ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪ್ರೇರಕವಾಗುವುದು. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಹಳ್ಳಿಗಳ ಗುಂಪಿನೊಳಗೆ ವಿಕೇಂದ್ರೀಕರಣಗೊಂಡಾಗ ಉತ್ಪಾದನಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಹೆಚ್ಚಾಗಬಹುದು. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಹಳ್ಳಿಯೂ ಯಾವುದಾದರೊಂದು ವಸ್ತುವಿನ ಉತ್ಪಾದನಾ ಚಟುವಟಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆಸಕ್ತಿ ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹಳ್ಳಿಗಳು ಉತ್ಪಾದನಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸಿ, ಪರಸ್ಪರ ವಿನಿಮಯದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಾಗ ಉದ್ಯೋಗ ಪ್ರಮಾಣ ಹೆಚ್ಚಳಗೊಂಡು ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಜೀವನ ಮಟ್ಟ ಊರ್ಜಿತಗೊಂಡು ಎಲ್ಲಾ ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಅಲೆ ಮೂಡಿ ಒಟ್ಟು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಅಭ್ಯುದಯವುಂಟಾಗುತ್ತದೆ.

ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹಳ್ಳಿಗಳು ಗುಂಪುಗಳನ್ನು ರಚಿಸಿ ತಮ್ಮೊಳಗೆ ಸಾರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಂಪರ್ಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಬೇಕು. ಈ ಸಂಘಟಿತ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ವಿ.ಎಮ್.ರಾವ್*[26] ಮತ್ತು ಎಚ್. ರಾಮಚಂದ್ರನ್ ರವರು*[27] ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

ಆದುದರಿಂದ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಚಿಂತನೆಯನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿರುವಾಗ, ರಾವ್ ಅವರು ಮಾನವ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಕೊಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. 1974ರಲ್ಲಿ "Group with Justice in Asian Agriculture" ಎಂಬ ಪುಸ್ತಕವನ್ನು ಪ್ರಕಟಪಡಿಸಿ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಭೂಹಿಡುವಳಿಯಲ್ಲಿ ರೈತರಿಗಿರುವ ಅಸಮಾನತೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಿ ಹಳ್ಳಿಯ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರಿಗೂ, ಜನತೆಗೂ ಉದ್ಯೋಗ ಮಾಡಿ ಲಭಿಸುವಂತೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರಬೇಕು. ಇದರಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಏರಿ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಮತ್ತು ನಗರ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿರುವ ಅಸಮಾನತೆ ಕನಿಷ್ಠಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

ರಾವ್ ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಹಳ್ಳಿಗಳ ಪರಸ್ಪರ ಸಹಕಾರ ಅಗತ್ಯ ಸಹಕಾರಿ ಮನೋಭಾವನೆಯಿಂದ ಹಳ್ಳಿಗಳು ಒಂದು 'ಕ್ಲಸ್ಟರ್' ಅಥವಾ 'ಗುಂಪು' ರಚಿಸಿ ಜನರು ನೇರ ಸಂಪರ್ಕದೊಂದಿಗೆ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಆರಂಭಿಸಬೇಕು. ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯೊಂದಿಗೆ ಕೃಷಿಯೇತರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಕೈಗಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಸೇವಾರಂಗದಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡಾ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿದಾಗ, ಉದ್ಯೋಗ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗಿ ಜೀವನ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಿ

ಬದಲಾವಣೆಗೊಂಡು ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವುಂಟಾಗಿ ಸಾರ್ವತ್ರಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ. ಆದುದರಿಂದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ವಿಕೇಂದ್ರೀಕರಣ, ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾವಿಣ್ಯತೆ, ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹಾಗೂ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಉನ್ನತಿ ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಕದವನ್ನು ತಟ್ಟುತ್ತದೆ.

2.9. ಗ್ರಾಮೀಣಭಿವೃದ್ಧಿ ಮಾದರಿಗಳ ಪರಾಮರ್ಶೆ :

ಈ ಮೊದಲು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದ ವಿವಿಧ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಪರಾಮರ್ಶೆ ಮಾಡಿದಾಗ, ಎರಡು ಅಂಶಗಳು ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಅವು ಯಾವುದೆಂದರೆ 1) ಗುಣಾತ್ಮಕ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆ 2) ಪರಿಣಾಮಾತ್ಮಕ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆ. ಎಲ್ಲಾ ತಜ್ಞರ ಪ್ರಕಾರ, ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬೇಕಾದರೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರ ತಲಾ ಆದಾಯ, ಜೀವನಮಟ್ಟ ಹಾಗೂ ಜೀವನ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾಗಬೇಕೆಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡಲಾಗಿದೆ.

ಎಲ್ಲಾ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಳು ಗ್ರಾಮ ಮತ್ತು ನಗರ ಎಂಬೆರಡು ಪ್ರದೇಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿದೆ. ನಗರ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಕೈಗಾರಿಕೆ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಹೆಚ್ಚು ಮಹತ್ವ ಪಡೆದು ಮುಂದುವರಿದಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಕೃಷಿಯಾಧಾರಿತವಾಗಿದ್ದು, ಹಿನ್ನಡೆಯಲ್ಲಿದೆ. ಭಾರತದಂತಹ ಹಿಂದುಳಿದ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಹಿಂದುಳಿದಿದ್ದು, ಅವುಗಳ ಆರ್ಥಿಕ ಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಈ ಮಾದರಿಗಳು ಹಲವು ರೀತಿಯ ಯೋಜನಾ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿವೆ.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒಲವನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳು ವಂಚಿತವಾಗಿವೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಇಂದು ಪ್ರಯತ್ನಗಳಾಗ ಬೇಕಾಗಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ, ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಪ್ರತಿಫಲಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಲಭಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಬೇಕು. ಇದರಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರಲ್ಲಿ ಒಂದು ರೀತಿಯ ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಜ್ಞೆ ಉಂಟಾಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಉದ್ಯೋಗ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳಗೊಂಡು, ಜೀವನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ, ಜೀವನ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಿ, ಹಾಗೂ ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಊರ್ಜಿತಗೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದೆ. ಇದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ನಾಂದಿಯಾಗಬಹುದು.

ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬಗ್ಗೆ ದೃಷ್ಟಿ ಹಾಯಿಸಿದಾಗ, ಹೆಚ್ಚಿನ ಗ್ರಾಮ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯದ ಕೊರತೆಯಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಬಳಕೆ ಮತ್ತು ದಕ್ಷತೆ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ದೊರಕುವಿಕೆ ಕೂಡ ಅಂತಹ ಒಂದು ರೀತಿಯ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯವಾಗಿದ್ದು, ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ದಕ್ಷ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಕೃಷಿಕರ ಉತ್ಪಾದನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತೇಜಕವಾಗಿದ್ದು, ರೈತರ ಆಶಾವಾದ ಮನೋಭಾವ, ದಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಆದಾಯದ ಮೂಲವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಶ್ರಮಿಕರ ಉತ್ಪಾದನಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಮೇಲೂ ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷ ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಪ್ರಭಾವ ಬೀಳುತ್ತದೆ. *[28]

ಆದುದರಿಂದ 'ಮಾರುಕಟ್ಟೆ' ಎನ್ನುವುದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಮತ್ತು ನಗರ ಪ್ರದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಅಂಗವಾಗಿದೆ. ಸಮತೋಲಿತ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಯಾವಾಗಲೂ ಗ್ರಾಮ – ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ 'ಜನರ' ಮತ್ತು 'ಪ್ರದೇಶದ' ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಅಗತ್ಯವಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಬಡತನವನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸ ಬೇಕಾಗಿದೆ ದೊರಕುವ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಿ, ಅದರ ಫಲವನ್ನು ಎಲ್ಲರೂ ಹಂಚಿಕೊಂಡು ಅನುಭವಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಂಪತ್ತುಗಳು ಸರ್ವರಲ್ಲಿಯೂ ಸಮಾನ ರೀತಿಯ ಸಾಮಾಜಿಕ ನ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಹಂಚಿಕೆಯಾದಾಗ ಮಾತ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಸಮತೋಲನವಾಗಬಹುದು.

2.10 ಭಾರತದ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ :

ಭಾರತದ ಬಹುತೇಕ ಹಳ್ಳಿಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಹಿಂದುಳಿದಿದ್ದು, ಅಲ್ಲಿನ ಜನರ ಜೀವನ ಕ್ರಮ, ನಂಬಿಕೆ, ಜೀವನ ಶೈಲಿ ಮತ್ತು ಜೀವನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಬದಲಾವಣೆ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಆಗುತ್ತಿದ್ದು, ಜನರ ಒಟ್ಟು ಜೀವನ ಕ್ರಮವನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಬೇಕಾಗಿ ವಿವಿಧ ಯೋಜನೆಗಳು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಂಡಿದ್ದು, ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಉತ್ತಮಗೊಳಿಸುವುದು ಒಂದಾಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಪ್ರಥಮ ಪಂಚವಾರ್ಷಿಕ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ (1951–56) ಒಟ್ಟು ಸಮತೋಲನ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಒತ್ತು ನೀಡಲಾಯಿತು. ಎರಡನೇ ಪಂಚವಾರ್ಷಿಕ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ (1956–61) ಸಮಾಜಶಾಹಿ ಸಮಾಜದ ಸ್ಥಾಪನೆಗಾಗಿ ಮಹತ್ವ ನೀಡಿತು. ಮೂರನೇ ಪಂಚವಾರ್ಷಿಕ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ

(1961–66) ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ನೀಡಲಾಯಿತು. ನಾಲ್ಕನೇ ಪಂಚವಾರ್ಷಿಕ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ (1969–74) ಸ್ಥಿರತೆಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಒತ್ತು ನೀಡಲಾಯಿತು. ಐದನೇ ಪಂಚವಾರ್ಷಿಕ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ (1974–79) ಬಡತನ ನಿವಾರಣೆಗೆ ಗಮನ ಹರಿಸಲಾಯಿತು. ಆರನೇ ಪಂಚವಾರ್ಷಿಕ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ (1980–85) ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮೂಲಕ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಗತಿಗೆ ಒತ್ತು ಕೊಟ್ಟು, ಏಳನೇ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ (1985–90) ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ನೀಡಲಾಯಿತು. ಎಂಟನೇ ಪಂಚವಾರ್ಷಿಕ (1992–97) ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಭೌತಿಕ ಮೂಲ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಕೊಡಲಾಗಿತ್ತು. ಒಂಬತ್ತನೇ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ (1997–2002) ಖಾಸಗಿ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ನೀಡಲಾಯಿತು. ಹತ್ತನೇ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ (2002–07) ಸಮಾನತೆ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ನ್ಯಾಯಕ್ಕೆ ಒತ್ತು ಕೊಡಲಾಯಿತು. ಹನ್ನೊಂದನೇ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ (2007–12) ಕ್ಷಿಪ್ರ ಆಂತರಿಕ ಪ್ರಗತಿಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಆರ್ಥಿಕ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷವಾಗಿ ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಯೋಜನಾಗಾರರು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಒತ್ತು ನೀಡಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಸಂಬಂಧಿತ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಾದ ಹೈನುಗಾರಿಕೆ, ಕುರಿಸಾಕಣೆ, ಮೀನು ಸಾಕಣೆ, ಕೋಳಿ ಸಾಕಣೆ, ಹಂದಿ ಸಾಕಣೆ, ಆಡು ಮತ್ತು ಕುರಿ ಸಾಕಣೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು 'ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರ' ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುವುದರೊಂದಿಗೆ ಪೂರ್ಣಕಾಲಿಕ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಕೊಡುತ್ತದೆ. ಈ ಪಶುಸಂಗೋಪನಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು, ಕೃಷಿಯ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿಯನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಎಂಬುದರಲ್ಲಿ ಸಂದೇಹವಿಲ್ಲ. ಭಾರತ ಸರಕಾರ ಐ.ಆರ್.ಡಿ.ಪಿ. ಯೋಜನೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಅಧಿಕ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯವನ್ನು ಕೊಟ್ಟಿತ್ತು.

ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಹೈನುಗಾರಿಕೆ, ಕೋಳಿಸಾಕಣೆ ಮತ್ತು ಮೀನುಸಾಕಣೆ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿವೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ಹೂಡಿಕೆಯಿಂದ ಗರಿಷ್ಠ ಲಾಭ ಗಳಿಸುವ ಉದ್ಯೋಗ ಪ್ರಕಾರಗಳು ಇಂತಹ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರ ಆದಾಯದ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದ್ದು, ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಆದಾಯದೊಂದಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

2.11. ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯ ಪಾತ್ರ :

ಕೃಷಿ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಗರಿಷ್ಠ ಜನರ ಮೂಲ ಉದ್ಯೋಗವಾದುದರಿಂದ ಕೃಷಿಯಾಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಒಂದು ಅಂಗವಾಗಿದೆ. ಕೃಷಿಯುತ್ಪನ್ನಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಆಗಲ್ಪಟ್ಟಾಗ, ಕೇವಲ ಕೃಷಿಕರ ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದಲ್ಲದೆ, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆಕಾರರು, ಕೃಷಿಕಾರ್ಮಿಕರು ಹಾಗೂ ಕೃಷಿ ಸಂಬಂಧಿತ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ವಾರೀಸುದಾರರ ಜೀವನಮಟ್ಟವೂ ವೃದ್ಧಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಒಂದು ಬದಲಾವಣೆ ಈ ಕೆಳಗಿನ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ. ಕೃಷಿಯಿಂದಾಗಿ 1) ಜನರಿಗೆ ಆಹಾರೋತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತದೆ. 2) ಕೈಗಾರಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾದ ಕಚ್ಚಾವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತದೆ. 3) ತೃತೀಯ ರಂಗದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. 4) ಕೃಷಿಯಾಧಾರಿತ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ನಿರ್ಮಿಸುತ್ತದೆ. 5) ರಫ್ತು ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿ, ಗರಿಷ್ಠ ಮಟ್ಟದ ವಿದೇಶಿ ವಿನಿಮಯವನ್ನು ಭಾರತದೊಳಗೆ ಹರಿಯುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. 6) ವಿದ್ಯಾವಂತರಿಗೆ, ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗ ನಿರ್ಮಾಣದಲ್ಲಿ ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. 7) ಬಂಡವಾಳ ಸಂಚಯನದ ಮೂಲವಾಗಿ ಪಾತ್ರ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.*[29]

ಆದುದರಿಂದ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಜನರ ಆದಾಯವನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸಿ ಜೀವನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಮೇಲ್ದರ್ಜೆಗೇರಿಸಲು ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಪೂರಕ ಅಂಶವಾಗಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆಹಾರೋತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆ ಪಡೆಯಲು ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಿಂದ ಮಾತ್ರ ಸಾಧ್ಯ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ದಕ್ಷತೆ ಹಾಗೂ ಸುಧಾರಣೆ ಆಗಲ್ಪಟ್ಟಾಗ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಅಲೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ, ನಿರಂತರವಾಗಿ ಇಡೀ ಭಾರತದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಮೇಲೆ ಧನಾತ್ಮಕವಾದ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಬಹುದು.

2.12. ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಕೈಗಾರಿಕೆ ಮತ್ತು ಸೇವಾ ರಂಗಗಳ ಪಾತ್ರ :

ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ವರ್ಷವಿಡೀ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ. ಆದುದರಿಂದ ವರ್ಷದ ಕೆಲವೇ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗ

ಲಭಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಉಳಿದ ಸಮಯಗಳಲ್ಲಿ ಅವರುಗಳು ಅರೆ-ನಿರುದ್ಯೋಗಿಗಳಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದರಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನರಿಗೆ ವರ್ಷದ ಕೆಲವೇ ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿ ಗಳಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವಿದ್ದು, ತದನಂತರ ನಿರುದ್ಯೋಗಿಗಳಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬಹುದು.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಸ್ಥಾಪನೆಯಾದರೆ ನಿರುದ್ಯೋಗಿಗಳಾಗಿ ಬದುಕುವ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಕೊಡಬಲ್ಲುದು. ಗ್ರಾಮೀಣ ಕೃಷಿಯಾಧಾರಿತ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳಿಂದ ಉತ್ಪತ್ತಿಯಾಗುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿಯೇ ಬೇಡಿಕೆ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗುವಂತಿದ್ದರೆ ಅದು ಜನರಿಗೆ ಪೂರ್ಣಕಾಲಿಕ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ನೀಡುವುದರಲ್ಲಿ ಸಫಲವಾಗಬಹುದು. ಇದರಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರು ನಿರಂತರವಾಗಿ, ಹೆಚ್ಚು ·ಕಡಿಮೆ ಸ್ಥಿರತೆಯ ಆದಾಯವನ್ನು ಗಳಿಸಿಕೊಂಡು, ಜೀವನಮಟ್ಟವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿದೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಗತಿಯು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರಲು ಸಾಧ್ಯ. ಕೈಗಾರಿಕೀಕರಣದ ಉಲ್ಲೇಖ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಯೋಜನೆಗಳ ಕಡತಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಆರನೇ ಪಂಚವಾರ್ಷಿಕ ಯೋಜನೆಯು ಕೈಗಾರಿಕೀಕರಣದ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಈ ರೀತಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿದೆ. "ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಲು ಸರಕಾರ ಗ್ರಾಮೀಣ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತದೆ.................... ಕೈಮಗ್ಗ, ಕರಕುಶಲ ವಸ್ತುಗಳು, ಖಾದಿ ಮತ್ತು ಗುಡಿ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು, ಗ್ರಾಮಗಳ ಪ್ರಗತಿಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ"*[30]

ಸೇವಾರಂಗಗಳೂ ಕೂಡ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪತ್ತಿಯಾದ ವಸ್ತುಗಳಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪಾದಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ವಸ್ತುಗಳು, ಮಾರಾಟ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಗೆ ಸಾಗಬೇಕಾದರೆ, ಸೇವಾರಂಗಗಳು ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ, ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಆರ್ಥಿಕ ಸಹಾಯವನ್ನು ಕೊಟ್ಟು, ಕೃಷಿಕರ ಉತ್ಪಾದನಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದಲ್ಲದೆ, ಆಶಾವಾದದ ಛಾಯೆಯನ್ನು ಮೂಡಿಸುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಆ ಪ್ರದೇಶದ ಮೂರು ರಂಗಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ.

ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, 'ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ' ಮತ್ತು 'ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ' ಎಂಬ ಎರಡು ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು ಗುಣಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯ, ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳಗೊಂಡು ಜನರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಗೊಂಡಾಗ ಮಾತ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಆಗಿದೆ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು. ಇದರೊಂದಿಗೆ ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಜನರ ಜೀವನ ಶೈಲಿ ಮತ್ತು ಜೀವನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿಯೂ ಬದಲಾವಣೆ ಆಗಬೇಕು. ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ಗುಣಾತ್ಮಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆ ಹೊಂದಬೇಕು, ಕೃಷಿ, ಕೈಗಾರಿಕೆ ಮತ್ತು ತೃತೀಯ ರಂಗದ ಚಟುವಟಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬೇಕು, ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಜನಸಂಖ್ಯೆಗೆ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸ ಲಭಿಸಿ, ಉದ್ಯೋಗ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗಿ ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಊರ್ಜಿತಗೊಂಡಾಗ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯುಂಟಾಗ ಬಹುದು.

ಆದರೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯಗಳು ಇರುವುದರಿಂದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ಎಲ್ಲಾ ಕಡೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರಸರಣೆಯಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಒಂದು ಕಡೆಯಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿದ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಇನ್ನೊಂದೆಡೆಯಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಹಿಂದುಳಿದ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಇವೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಫಲ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಫಲ, ಈಗಾಗಲೇ ಮುಂದುವರಿದ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಪಡೆದುಕೊಂಡು, ಇನ್ನೂ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಹಿಂದುಳಿದ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಫಲಗಳಿಂದ ವಂಚಿತವಾಗಿ ತೀರಾ ಹಿಂದುಳಿಯುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಅಸಮತೋಲಿತ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಇಡೀ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗಿ ಜನರೊಳಗೆ 'ಬಡವರು-ಶ್ರೀಮಂತರು' ಎಂಬ ಅಂತರ ಹೆಚ್ಚಾಗುವುದಲ್ಲದೆ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಸಂಪತ್ತಿನ ಹಂಚಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಅಸಮತೋಲನ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ದೇಶದ ಸಂಪತ್ತು ಕೆಲವೇ ಜನರಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತವಾಗಿ, ಒಟ್ಟು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಮಾರಕವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಆದಾಯದ ಮತ್ತು ಸಂಪತ್ತಿನ ಹಂಚಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ನ್ಯಾಯವಿದ್ದು, ಬಡವರು ಮತ್ತು ಶ್ರೀಮಂತರು ಎಂಬ ಅಂತರ ಕಡಿಮೆಯಿದ್ದು, ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಜನರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯಾಗಿ ಗರಿಷ್ಟ ಮಟ್ಟದ ಉದ್ಯೋಗ ಪ್ರಮಾಣ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗಿ, ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾದಾಗ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಉಂಟಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ವಿವಿಧ ಆರ್ಥಿಕ ತಜ್ಞರುಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮೇಲೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲಿದ್ದಾರೆ.

ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ಅನ್ಯೋನ್ಯತೆಯಿಂದ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಲ್ಪಟ್ಟಾಗ ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಪರಸ್ಪರ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗಿ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆ ಏರಿಕೆಯಾಗಬಹುದು. ಆದುದರಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳ ಶೀಘ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಬೇಕು. ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿ, ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆಗೆ ವಿಕ್ರಯ ಆಗಲ್ಪಡಬೇಕು. ಆದುದರಿಂದ 'ಮಾರುಕಟ್ಟೆ' ಎನ್ನುವುದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಮತ್ತು ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳೊಳಗೆ ಸರಕುಗಳ ವಿಕ್ರಯಕ್ಕೆ ಒಂದು ಪೂರಕ ಅಂಶವಾಗಿದ್ದು, ದಕ್ಷ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಒಂದು ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗ ಎನ್ನಬಹುದು.

2.13. . 'ಮಾರುಕಟ್ಟೆ' ಮತ್ತು 'ಮಾರಾಟ' ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳ ಅರ್ಥ ವಿವರಣೆ.

ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರುವಿಕೆಯು ಉತ್ಪಾದನಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಮತ್ತು ಕೊನೆಯ ಹಂತವಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ನೇರವಾಗಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಸಾಗಲು ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟುಗಳ ಸಂಕೀರ್ಣತೆ ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆಲ್ಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ನಿಕಟ ಸಂಬಂಧವಿದೆ. ಇನ್ನು ಉತ್ಪಾದನಕಾರರಿಗೆ, ಮಧ್ಯಮವರ್ತಿಗಳಿಗೆ, ದಲ್ಲಾಳಿಗಳಿಗೆ ಹಾಗೂ ಅನುಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ತುಷ್ಟಿಗುಣವನ್ನು ನೀಡುವ ಒಂದು ಆಕರವಾಗಿದೆ. ಸರಕನ್ನು ಉತ್ಪಾದನೆಯಾದ ಸ್ಥಳದಿಂದ ಸಾಗಿಸುವ ಕಾರಣದಿಂದ ಮೊದಲ್ಗೊಂಡು ಅಂತಿಮ ಅನುಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಕಾರ್ಯದ ನಡುವೆ ಬರುವ ಎಲ್ಲಾ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಒಳಪಡುತ್ತದೆ. ಇನ್ನೊಂದು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಅಗತ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಂಡು ಹಿಡಿಯುವಿಕೆ, ಅನುಭೋಗಿಗಳ ರುಚಿ ಮತ್ತು ಆವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಪತ್ತೆ ಹಚ್ಚುವಿಕೆ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವಿಕೆ, ಅವುಗಳನ್ನು ಮಾರುವವರೆಗೆ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವಿಕೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಸಾಗಿಸುವಿಕೆ, ಮರುಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವರೆಗೆ ಅವುಗಳನ್ನು ದಾಸ್ತಾನು ಮಳಿಗೆಗಳಲ್ಲಿ ಶೇಖರಿಸಿಡುವಿಕೆ, ಮಾರುವಾಗ ಸರಿಯಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮಾಡಿ, ತೂಕ, ಅಳತೆಯನ್ನು ಮಾಡುವುದು ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಎಂದರೆ, ಕೇವಲ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಮಾರುವಂತಹ ಸರಳಕ್ರಿಯೆ ಅಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಅನುಭೋಗಿಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ, ಅವರ ಇಚ್ಛೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅಭ್ಯಸಿಸಿ, ಪೂರಕವಾದ ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು

ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಿ, ಅವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಚಾರ ಕೊಟ್ಟು ವಸ್ತುಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿ, ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ ಅನುಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ತುಷ್ಟಿಗುಣದೊಂದಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಒಂದು ಸುದೀರ್ಘವಾದ ಸರಕು ಸೇವೆಗಳ ಪ್ರಯಾಣವೇ 'ಮಾರಾಟ' ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ವಿವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತಜ್ಞರುಗಳು ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಮತ್ತು ಮಾರಾಟದ ಬಗ್ಗೆ ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಈ ರೀತಿ ಮಂಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

ಲಾರ್ಸನ್ ಎಂಬವರ ಪ್ರಕಾರ, " ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎಂದರೆ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಗಳು ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ಭೇದಿಸಿಕೊಂಡು, ವಸ್ತುಗಳ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧರಿಸಿ, ವಿಕ್ರಯವಾಗುವ ಸಂದರ್ಭ, ಆದುದರಿಂದ ಯಾವಾಗ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಒಂದೆಡೆ ಸೇರುತ್ತಾರೆಯೋ ಅಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಚಟುವಟಿಕೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ."*[31]

ಎಲ್ಲಿಂಗ್‌ನ ಪ್ರಕಾರ," ಆರ್ಥಿಕ ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ಭೌತಿಕವಾಗಿ ವಿನಿಮಯ ಆಗುವ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ" ಎನ್ನಬಹುದು.*[32]

ಅಮೇರಿಕಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಕಾರ "ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಬೇಡಿಕೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ, ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಮಧ್ಯೆ ಅವುಗಳ ವಿನಿಮಯಕ್ಕೆ ಏರ್ಪಾಡು ಒಪ್ಪಂದ" ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ. *[33]

ಕ್ಲಾರ್ಕ್ ಮತ್ತು ಕ್ಲಾರ್ಕ್‌ನ ಪ್ರಕಾರ, - "ಸರಕುಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬಲಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ (ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆ) ವಿಕ್ರಯವಾಗುವ ಒಂದು ಕೇಂದ್ರ ಬಿಂದು" *[34] ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೊಹ್ರೇನ್ ಮತ್ತು ಹಿಲ್‌ರವರ ಮಾತಿನಂತೆ, "ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಒಡೆತನದ ಹಕ್ಕು ವಿನಿಮಯ ಮತ್ತು ಪರಿವರ್ತನೆಯಾಗುವ ಒಂದು ಸನ್ನಿವೇಶವೇ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ"*[35] ಎನ್ನಬಹುದು.

ನರ್ವರ್ ಮತ್ತು ಸರಿಫ್‌ರ ಪ್ರಕಾರ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂದರೆ, "ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಒಡೆತನದ ಹಕ್ಕಿನ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ನಡುವೆ ವಿಕ್ರಯಗೊಳಿಸುವ ಒಂದು ರೀತಿಯ ಸಂಪರ್ಕ" *[36] ಎನ್ನಬಹುದು.

ಕೋಟ್ಲರ್‌ನ ಪ್ರಕಾರ " ಅನುಭೋಗಿಗಳು, ತನ್ನ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಅಥವಾ ಆಸೆಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸುವ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ, ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ವಿಕ್ರಯಗೊಳಿಸಲು ಇಚ್ಚಿಸುವ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯವಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರ ಒಂದು ಗುಂಪು" *[37] -ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನು ಪರಾಮರ್ಶಿಸಿದಾಗ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತಜ್ಞರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ಕೇವಲ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರದೇಶವಾಗಿರದೆ, ಯಾವ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ವಸ್ತುಗಳ ವಿಕ್ರಯ, ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ನಡುವೆ ನಡೆಯುತ್ತದೆಯೋ ಅದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಸಾರ್ವತ್ರಿಕ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಮಂಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ವಿಕ್ರಯ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಒಳಗೆ ಸಂಪರ್ಕ, ಒಪ್ಪಂದಗಳು ಆಗಲ್ಪಟ್ಟು ವಸ್ತುಗಳ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧಾರವಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಆದರೆ 'ಮಾರುಕಟ್ಟೆ' ಮತ್ತು 'ಮಾರಾಟ' (Market and Marketing) ಎಂಬ ಪದಗಳು ಭಿನ್ನ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅರ್ಥಕೊಡುತ್ತವೆ. ಮಾರಾಟ (Marketing) ಈ ಮೊದಲೇ ಹೇಳಿರುವಂತೆ, ಕೇವಲ ವಿನಿಮಯ ಎನ್ನುವ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕೊಡದೆ, ವಿಶಾಲವಾದ ಸರಕುಗಳ ಉತ್ಪಾದನಾಪೂರ್ವ ಚಟುವಟಿಕೆಯಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ, ಅಂತಿಮ ಅನುಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಘಟ್ಟದ ವರೆಗಿನ ಒಂದು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಕ್ರಿಯೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಆಸಕ್ತಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ, ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಕಾಲ ತುಷ್ಟಿಗುಣ, ಸಮಯ ತುಷ್ಟಿಗುಣ ಮತ್ತು ಸ್ಥಳ ತುಷ್ಟಿಗುಣದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಂಡು ರೂಪ ತುಷ್ಟಿಗುಣವನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿ, ಮಾರಾಟ ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ, ಅನುಭೋಗಿಗಳ ಮನಮುಟ್ಟುವಂತೆ ಪ್ರಚಾರ, ಕೊಟ್ಟು, ಬೇಡಿಕೆ ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿ, ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆಗೆ ವಿಕ್ರಯಗೊಳಿಸಿ, ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಗಳಿಸುವ ಒಟ್ಟು ಸಂಚಿತ ಕ್ರಿಯೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಎನ್ನಬಹುದು. ಆದುದರಿಂದ ಮಾರಾಟ ಎನ್ನುವುದು ಮೂಲತಃ ನಿರ್ವಹಣಾ ಚಟುವಟಿಕೆಯಾಗಿದ್ದು, ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಒಂದು ರೀತಿಯ ವ್ಯವಹಾರಿಕ ಜ್ಞಾನ ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಒಂದು ಉತ್ಪಾದನಾ ಘಟಕ (Firm) ದ ಮೂಲ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿ, ಗ್ರಾಹಕರ ಕೊಂಡು ಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಬೇಡಿಕೆಯಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸಲು, ಸಂಯೋಜಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಮತ್ತು ನಿರ್ದೇಶಿಸಲ್ಪಟ್ಟಂತಹ, ವ್ಯವಹಾರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು - ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಎನ್ನಬಹುದು. *[38]

ಅಯ್ಯಂಗಾರ್‌ನವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಸ್ಥಳ ತುಷ್ಟಿಗುಣ, ರೂಪ ತುಷ್ಟಿಗುಣ, ಕಾಲ ತುಷ್ಟುಗುಣ ಮತ್ತು ಒಡೆತನದ ತುಷ್ಟಿಗುಣದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಗರಿಷ್ಟ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ, ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಬೆಲೆಯೊಂದಿಗೆ, ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ, ಮುಕ್ತವಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿನಿಮಯಗೊಳ್ಳುವ ಒಂದು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಎನ್ನಬಹುದು. *[39]

ಮ್ಯಾಥ್ಯೂಸ್‌ರವರ ಪ್ರಕಾರ- "ಮಾರಾಟ ಎನ್ನುವುದು, ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ ಅನುಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಚಲಾಯಿಸಲು ನಿರ್ದೇಶಿಸುವ ಒಂದು ವ್ಯವಹಾರ ಚಟುವಟಿಕೆ." *[40] ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ.

ಸುಬ್ರಮಣ್ಯಮ್‌ರವರ*[41] ಪ್ರಕಾರ -"ಮಾರಾಟ ಎನ್ನುವುದು ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ, ಅನುಭೋಗಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಅಂತ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ."

ಜನರು ಮತ್ತು ಜನರ ಸಮುದಾಯಗಳು, ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಇತರರೊಂದಿಗೆ ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿ, ತನ್ನ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು, ಬಯಕೆಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಒಂದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರಿಕಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ" ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ, ಪ್ರಖ್ಯಾತ ತಜ್ಞ ಕೋಟ್ಲರ್. *[42]

ಗಿಲ್‌ರವರ ಪ್ರಕಾರ ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಿಂದ ಅನುಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಶಾಮೀಲಾಗಿರುವ ಮದ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಒಂದು ವ್ಯವಹಾರ ಚಟುವಟಿಕೆ *[43] ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ.

ಲಾ *[44] ಅವರ ಪ್ರಕಾರ, "ಮಾರಾಟ ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ವಿಶಾಲವಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಯಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಕಚ್ಚಾವಸ್ತುಗಳನ್ನು, ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ."

ಥೋಮಸ್‌ರವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ - "ಮಾರಾಟ ಎನ್ನುವುದು, ಸಿದ್ಧವಸ್ತುಗಳಾಗಿ, ಉಪಯೋಗವಾಗಲಿರುವ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಅಂತಿಮ ಅನುಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಒಂದು ಸಮಷ್ಟಿ ಕ್ರಿಯೆ." *[45] ಎಂದಾಗಿದೆ.

ರಿಚಾರ್ಡ್ ಕೊಹ್ಲಿರವರ ಪ್ರಕಾರ - " ಮಾರಾಟ ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ಪರಿಪೂರ್ಣವಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದ್ದು, ಇಲ್ಲಿ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರಿಂದ, ಅಂತಿಮ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲು ಪೂರಕವಾದ ವ್ಯವಹಾರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಎನ್ನಬಹುದು." *[46]

ಬುಜೆಲ್‌ರವರು ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿದ್ದಾರೆ. " ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು, ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರಿಂದ ಅನುಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲು ನಿರ್ದೇಶಿಸುವ ವ್ಯವಹಾರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ". *[47]

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಎನ್ನುವ ಎರಡು ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು ಬಗ್ಗೆ ವಿವಿಧ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರ ಪ್ರಕಾರ ಮಾರಾಟ ಎನ್ನುವುದು. ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಮತ್ತು ಸಮಗ್ರ ಮಗ್ಗುಲುಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಮಾರಾಟದ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಮಗ್ಗುಲನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ದಕ್ಷ ಮಾರಾಟದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದಾಗಿ, ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆ ಲಭಿಸಿ, ಅಧಿಕ ಆದಾಯ ಪಡೆದು ತನ್ನ ಜೀವನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಮತ್ತು ಅನುಭೋಗ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಸಮಗ್ರ ಮಗ್ಗುಲನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಮಾರಾಟ ಎನ್ನುವುದು, ಸಮಾಜದ ಜನರಿಗೆ ಬಹುವಿಧದ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಕೈಗೆಟಕುವ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಡೆದು, ಅನುಭೋಗದ ಪ್ರಮಾಣ, ಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಜೀವನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಗೊಳ್ಳಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಆರ್ಥಿಕ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು ಪೋಲಾಗದಂತೆ ತಡೆದು,

ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಇರುವ ಕಡೆಯಿಂದ, ಅವುಗಳು ಕೊರತೆಯಿರುವ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಸಾಗಿಸಲು ಪೂರಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವಸ್ತುವನ್ನು ಕನಿಷ್ಠ ಅನುಭೋಗದ ಬಿಂದುವಿನಿಂದ ಗರಿಷ್ಠ ಅನುಭೋಗ ಬಿಂದುವಿಗೆ ವರ್ಗಾವಣೆಗೊಳಿಸಿ, ಹೆಚ್ಚಿನ ತೃಪ್ತಿಯ ಅಂಕವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ. *[48]

ಆದುದರಿಂದ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಒಂದು ವಸ್ತುವಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡುವಂತೆ ಮಾಡಿ ಅನುಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ಅಧಿಕ ತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ನೀಡಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಇದರಿಂದ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೂ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೂ ಹಾಗೂ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಎಲ್ಲಾ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೂ 'ಪ್ರಯೋಜನ' ಗಳುಂಟಾಗಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಕಲ್ಯಾಣವುಂಟಾಗುತ್ತದೆ.

ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಗರಿಷ್ಠ ಬೆಲೆ ಲಭಿಸಿದಾಗ, ಅದು ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರಿಗೆ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸುವಲ್ಲಿ ಸ್ಫೂರ್ತಿ ನೀಡಿ, ಆಶಾವಾದವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಇದಲ್ಲದೆ, ದಕ್ಷ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ತೃತೀಯ ರಂಗಕ್ಕೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಬೀರಿ, ಒಟ್ಟು ಉದ್ಯೋಗಾವಕಾಶದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಜೀವನ ಮಟ್ಟದ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿದೆ.

2.14. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ :

ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬಗ್ಗೆ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ, ' ಮಾರಾಟ' ಮತ್ತು' ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ' ಎಂಬ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು ಇದರ ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗಗಳಾಗಿವೆ. ಉತ್ಪಾದನೆ, ಪೂರೈಕೆ, ಅನುಭೋಗ, ವಿತರಣೆ, ವಿನಿಮಯ ಇತ್ಯಾದಿ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಆಯಾಯ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದು ನಿಂತಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಒಂದು ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿದ ಪಾಶ್ಚಿಮಾತ್ಯ ದೇಶಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿಸ್ತರಣೆಯು ಆ ಎಲ್ಲಾ ದೇಶಗಳು ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪಡೆದಿದ್ದು, ಪುರಾತನ ಕಾಲದಿಂದಲೇ ಯಾವ ದೇಶಗಳು ಪ್ರಪಂಚದಾದ್ಯಂತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭುತ್ವವನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿಕೊಂಡಿದೆಯೋ, ಅಂತಹ ದೇಶಗಳು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ, ರಾಜಕೀಯವಾಗಿ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕವಾಗಿ,

ವೈಜ್ಞಾನಿಕವಾಗಿ ಇಂದು ಕೂಡ ಉನ್ನತ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದು, ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಈ ಒಂದು ಅಂಶವನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಒಂದು ಬಹುಮುಖ ಭಾಗ ಎನ್ನುವುದರಲ್ಲಿ ಸಂದೇಶವಿಲ್ಲ. ಆದುದರಿಂದ 'ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತಂತ್ರ' ಅಥವಾ ಮಾರಾಟ ಯಂತ್ರ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮೂಲ ಬಿಂದುವಾಗಿದೆ.

ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಯಂತ್ರ (Market Mechanism) ಎನ್ನುವುದು, ದೊರಕುತ್ತಿರುವ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಗರಿಷ್ಠ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಂಡು, ಸಮಾಜದ ಜನರಿಗೆ ಅಧಿಕ ತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ನೀಡಿ, ಒಟ್ಟು ಜೀವನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಉನ್ನತಿಗೊಳಿಸಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ದಕ್ಷ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದ್ದು, ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಪರಿಪೂರ್ಣತೆ ಇದ್ದಾಗ ಮಾತ್ರ ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರು ಗರಿಷ್ಠ ಮಟ್ಟದ ಸಂತೃಪ್ತಿ ಮತ್ತು ಲಾಭಗಳಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಯಾವಾಗಲೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪರಿಪೂರ್ಣತೆಯೊಂದಿಗೆ ನಿಕಟಪೂರ್ವ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಅಪರಿಪೂರ್ಣತೆ ಇದ್ದಾಗ, ಕಾರ್ಮಿಕರ ಚಲನೆಗೆ, ಅಡ್ಡಿಯಾಗಿ, ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಾಗದೆ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಆಸಕ್ತಿಯ ಹಿನ್ನಲೆಯೊಂದಿಗೆ ಒಟ್ಟು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಪ್ರಮಾಣ ಕುಂಠಿತಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಸಂಘ ಎನ್ನಬಹುದು.

2.15. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ :

ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಿಂದ ಅನುಭೋಗ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಚರಿಸುತ್ತಿರುವ ದಾರಿಯಲ್ಲಿ ಬರುವ, ಉತ್ಪಾದನೆಗಾರರೂ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಸಾರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧನಗಳ ಮಾಲೀಕರು, ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರೆಲ್ಲಾ ವರ್ಗದ ಜನರಿಗೆ, ಆದಾಯವನ್ನು ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಹಾಗೂ ಸಂತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿ ಜೀವನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿ ಒಟ್ಟು ದೇಶದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಆರೋಗ್ಯ ಪೂರ್ಣ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಪೂರಕ ಅಂಗವಾಗಿ

ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬಹುದು.

1. ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಹೆಚ್ಚಳ:

ಉತ್ತಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿದ್ದಾಗ ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಗರಿಷ್ಠ ಬೆಲೆ ಲಭಿಸುತ್ತದೆ. ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಕನಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿರುವ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಲಾಭದ ಸೋರಿಕೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿ, ಅಧಿಕ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಗಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಇದಲ್ಲದೆ ಮಾರಾಟದ ಜಾಲ ಉತ್ತಮವಾಗಿದ್ದಾಗ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಒಟ್ಟು ಬೇಡಿಕೆಯೂ ಅಧಿಕವಾಗುತ್ತದೆ. ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುತ್ತಿರುವಾಗ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಲು ಒಂದು ರೀತಿಯ ಪ್ರಚೋದನೆ ಸಿಕ್ಕಿದಂತಾಗಿ, ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನಾ ಚಟುವಟಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಊರ್ಜಿತಗೊಳ್ಳುವುದು. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಕೃಷಿಯಾಗಿರಲಿ, ಕೈಗಾರಿಕೆಯಾಗಿರಲಿ ಉತ್ತಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಲಭಿಸಿದಾಗ, ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ, ಲಾಭಾಂಶದ ಪ್ರಮಾಣ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ, ಅನುಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ತುಷ್ಟಿಗುಣ ಮತ್ತು ಸಂತೃಪ್ತಿಯ ಪ್ರಮಾಣ ಕೂಡ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ, ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿಹೆಚ್ಚಳ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

2. ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ

ದಕ್ಷ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಒಂದು ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಬೇರೂರಿದಾಗ, ಕೃಷಿವಲಯದಲ್ಲಿ ಬಂಡವಾಳ ಸಂಚಯನಗೊಳ್ಳಲು ಎಡೆಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಬೆಳೆಗಾರರು ಆಶಾವಾದಿಗಳಾಗಿದ್ದಾಗ, ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಚೋದನೆ ಕಂಡು, ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇತರ ಸಂಬಂಧಿತ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಎಡೆ ಮಾಡಿಕೊಡಬಲ್ಲುದು. ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾದಾಗ, ರಾಷ್ಟ್ರದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಬೆನ್ನೆಲುಬಾದ ರೈತರ ಕೊಂಡು ಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ ಕಂಡು ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರವಲ್ಲದೆ, ಇನ್ನಿತರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿಯೂಕೂಡ ಹೂಡಿಕೆ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷವಾಗಿ ಅಥವಾ ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಪಸರಿಸಿ, ಆರ್ಥಿಕವಲಯದ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ಹೆಚ್ಚು. ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಇದು ಒಂದು ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

ಭಾರತದ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಕ್ಷಿಪ್ರಗತಿಯಲ್ಲಿ ಆಗಬೇಕಾದರೆ, ಅಲ್ಲಿನ ಪ್ರಾಥಮಿಕ, ದ್ವಿತೀಯ ಹಾಗೂ ತೃತೀಯ ರಂಗದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಅಲೆ ಬೀಸಬೇಕು. ಸದೃಡವಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಉತ್ಪಾದನಾ ಚಕ್ರವನ್ನು ಸಮರ್ಥವಾಗಿ ನಿಭಾಯಿಸಿ ಎಲ್ಲಾ ರಂಗಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಆದಾಯದ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.

3. ಉದ್ಯೋಗ ನಿರ್ಮಾಣ

ದೇಶದ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ತಲಾ ಆದಾಯ, ಆ ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದ ಜನರ ಮತ್ತು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಉದ್ಯೋಗ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾದಾಗ, ದೇಶಿಯ ಮತ್ತು ಅಂತರ್ದೇಶೀಯ ಉತ್ಪಾದನಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ, ಉದ್ಯೋಗದ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಪ್ರಗತಿ ಕಾಣಬಹುದು. ಆಧುನಿಕ ಉದಾರೀಕರಣ, ಖಾಸಗೀಕರಣ ಮತ್ತು ಜಾಗತೀಕರಣದ ಯುಗದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ಬೃಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದ ಕೈಗಾರಿಕೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆದಿರುವುದು ಸಾಮಾನ್ಯ ವಿಷಯ. ಈ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಇಂದು ಅತೀ ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನರು ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ವಿಧ ವಿಧದ ಉಪವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗ ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿತೃತೀಯ ರಂಗದಲ್ಲಿ ಇಂದು ಬಹುತೇಕ ಜನರು ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಆದುದರಿಂದ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ಬಹು ಆಯಾಮಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದ್ದು, ಅಗಾಧ ಪ್ರಮಾಣದ ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಇದರಿಂದ ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಬಳಕೆ ಮಾಡಲು ಇಂದು ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಪದವಿ ಮತ್ತು ಸ್ನಾತಕೋತ್ತರ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯೂ ವೃದ್ಧಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇದರಿಂದ ಅಗಾಧ ಜನರಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಜೀವನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಧನಾತ್ಮಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗುತ್ತಿವೆ.

ಇದಲ್ಲದೆ, ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರಗತಿಯಿಂದಾಗಿ ವಸ್ತುಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆಯೂ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಇಂದು ಅಗಾದ ಪ್ರಮಾಣದ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು ದೇಶದ ಆಂತರಿಕ ಮತ್ತು ಭಾಹ್ಯ ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧವಸ್ತುಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಗಾಗಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿವೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಬಳಕೆಯು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ, ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿಯೂ, ಉದ್ಯೋಗದ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿಯೂ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಆಗುತ್ತಿದೆ.

4. ಬಯಕೆಗಳ ಈಡೇರಿಕೆ

ಬಯಕೆಗಳು ಒಂದು ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾದ ನಿರ್ಧಾರಗಳಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬೇಕಾದರೆ, ವಸ್ತುಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ಇರಬೇಕು. ವಸ್ತುಗಳ ಬೇಡಿಕೆಯು ಜನರ ಆಸೆಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಜನರ ಬಯಕೆಗಳು

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಜನರ ಆಸೆಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸುವ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ದಕ್ಷ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಜನರು ಬೇಕಾದ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯ. ಇನ್ನೊಂದು ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಲ್ಲಿ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಆಧುನಿಕ ಯುಗದಲ್ಲಿ ಜನರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಅದೇಷ್ಟೋ ಮಾರಾಟ ತಂತ್ರಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇದರಿಂದ ಜನರ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ವಸ್ತುಗಳ ಮೇಲೆ ಬಯಕೆಗಳು ಮೂಡಿ, ಅಂತಹ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಒದಗಿಸಿಕೊಡುತ್ತವೆ.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಜನರಲ್ಲಿ ಬಯಕೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿ ಅದಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾದ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡಿ, ಬಯಕೆಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸಿ, ಅನುಭೋಗಗಳಿಗೆ ಗರಿಷ್ಟ ಮಟ್ಟದ ಸತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ನೀಡುವುದರಲ್ಲಿಸಹಕಾರಿಯಾಗಿವೆ.

5. ಆರ್ಥಿಕ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಿಕೆ

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು, ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಮತ್ತು ಅನುಭೋಗಗಳಿಗೆ ಮಧ್ಯೆ ಒಂದು ಕೊಂಡಿಯಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಂಘಿಕ, ಸಾಗಾಣಿಕ, ಸಾರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಂಪರ್ಕಗಳ ಜಾಲದ ಅಗತ್ಯವಿದ್ದು, ಉತ್ಪಾದಕರ ಮತ್ತು ಅನುಭೋಗಿಗಳೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ, ಇದು, ಸಣ್ಣ ಉತ್ಪಾದನೆಕಾರರನ್ನು, ಮಧ್ಯಮ ಉತ್ಪಾದನೆಗಾರರನ್ನು ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಮಾರಾಟ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳನ್ನು ಬೆಸೆದುಕೊಂಡು, ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾಗುವ ಪ್ರದೇಶದಿಂದ, ಕೊರತೆಯಿರುವ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ವಿತರಣೆಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಆದುದರಿಂದ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಜಾಲವು, ವಿವಿಧ ಆರ್ಥಿಕ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳೊಳಗೆ ಒಂದು ಕೊಂಡಿಯಾಗಿ ವರ್ತಿಸಿ, ಅವುಗಳೊಳಗೆ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಸೌಹಾರ್ದಯುತವಾದ ವ್ಯವಹಾರಿಕಾ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಬೆಸೆಯುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ, ಆರ್ಥಿಕ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು, ಪರಸ್ಪರ ಸಂಪರ್ಕ ಪಡೆದುಕೊಂಡು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಪ್ರೇರಣೆ ದೊರಕುವುದು ಮತ್ತು ಸಾಮರಸ್ಯವಿರುವ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳೊಳಗೆ, ಜಂಟಿಯಾಗಿ, ಸಂಶೋಧನೆ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಉದ್ದೀಪನಗೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಕೈಗಾರಿಕೆ, ಕೃಷಿಯು, ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಪೂರಕವಾದ ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ

ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಜನರಿಗೆ ಬೇಕಾಗಿರುವಂತಹ ಸಿದ್ಧ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಗೆ ಪೂರೈಸುತ್ತವೆ. ಆದುದರಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ಪ್ರದೇಶಗಳೊಳಗೆ ಸರಕು ಸೇವೆಗಳು ವಿನಿಮಯ ನಡೆಯುತ್ತದೆ.

ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಿಂದ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರ, ಅನುಭೋಗದ ಪ್ರವೃತ್ತಿ, ಬಾಹ್ಯದೃಷ್ಟಿ, ನಡತೆ, ಆದ್ಯತೆ, ರುಚಿ,. ಮುಂತಾದವುಗಳ ಬದಲಾವಣೆ ಉಂಟಾಗಿ, ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆ, ನಗರ ಸಮುದಾಯದ, ಜೀವನ ಶೈಲಿಯು ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಲ್ಪಡುತ್ತವೆ. ಇದರಿಂದ ಒಟ್ಟು ಜನರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನ ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಧನಾತ್ಮಕವಾದ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ.

2.16. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ :

ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಈ ಮೊದಲೇ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ ಹಾಗೂ ವಿತರಣೆಯಲ್ಲಿ ದಕ್ಷತೆಯಿದ್ದಾಗ ದೇಶೀಯ ಒಟ್ಟು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಉನ್ನತಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ಕೇವಲ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಆಗಲ್ಪಟ್ಟಾಗ ಅದನ್ನು ವಿತರಣೆ ಮಾಡಿ, ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಗರಿಷ್ಟಮಟ್ಟದ ಲಾಭ ಮತ್ತು ತುಷ್ಟಿಗುಣವನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣಮಾಡಲು ಯೋಗ್ಯ ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಗತ್ಯ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ದಕ್ಷ ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಲ್ಪಟ್ಟಾಗ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಗರಿಷ್ಟ ಬೆಲೆ ಲಭಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ ಮತ್ತು ಗರಿಷ್ಟ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಲು ಅನುಕೂಲ ಆಗಬಹುದು. ಇದಲ್ಲದೆ, ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಪರಿಪೂರ್ಣತೆ ಇದ್ದಾಗ, ಸರಕುಗಳ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಏರಿಳಿತಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಕನಿಷ್ಟ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಬಂದು ಹೆಚ್ಚು ಕಡಿಮೆ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಅನುಕೂಲ ಆಗಬಹುದು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಲ್ಪಟ್ಟಾಗ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಕೂಡ ಧನಾತ್ಮಕವಾದ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ.

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳು, ಕೃಷಿ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನಾ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿದ್ದು, ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಅವಲಂಭಿಸಿದೆ. ಕೃಷಿಯುತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಲಭಿಸಿದಾಗ, ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಂದ

ಹಣದ ಚಲನೆಯಾಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ತಲುಪುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದರಿಂದ ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. ನಗರದ ಪ್ರದೇಶವೂ ಕೂಡ, ಉತ್ತಮವಾದ ವಸ್ತುಗಳ ಲಭಿಸುವಿಕೆಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಗ್ರಾಮೀಣ ಮತ್ತು ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳ ನಡುವೆ ಸರಕುಗಳನ್ನು ವಿಕ್ರಯಗೊಳಿಸಲು ಒಂದು ಕೊಂಡಿಯಂತೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಸೋರಿಕೆಯಿರುವ, ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ವಿಷವರ್ತುಲ ಕನಿಷ್ಠವಾಗಿರುವ ಒಂದು ದಕ್ಷ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ , ಸೇವೆ ಮತ್ತು ಸರಕುಗಳಿಗೆ ಗರಿಷ್ಠ ಬೇಡಿಕೆ ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿ, ಸ್ಥಿರವಾದ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಮುನ್ನಡೆಸಿಕೊಂಡು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ.

ಒಂದು ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ದೇಶೀಯ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ ಕಂಡುಬಂದಾಗ, ಅದು, ಜನರ ಜೀವನಮಟ್ಟವನ್ನು ಸುಧಾರಣೆಗೊಳಿಸಿ, ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಏರಿಸಿದಾಗ, ಆ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಆಗಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯೊಂದಿಗೆ ಕಲ್ಯಾಣ ಕೂಡ ಒಂದು ಬಹುಮುಖ್ಯ ಅಂಶ. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಉನ್ನತಿ ಹೊಂದಲು, ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ದಕ್ಷ ಮಾರಾಟ ಅತ್ಯಗತ್ಯ. ಆದುದರಿಂದ, ಒಂದು ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿನ ಉತ್ಪಾದನಾ ಮಟ್ಟ; ಆ ದೇಶದ ಆದಾಯ ಅಥವಾ ಒಂದು ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಆದಾಯದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವುದರಲ್ಲಿ ಸಂದೇಹ ಇಲ್ಲ.

ಆದರೆ, ಕೇವಲ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಉತ್ಪಾದನಾ ಮಟ್ಟ ಮಾತ್ರ ಒಂದು ದೇಶದ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಜನರ ತಲಾ ಆದಾಯದ ಉನ್ನತಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಇದು, ಆ ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಪರಿಪೂರ್ಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿರುವಾಗ ಮಾತ್ರ, ಜನರಿಗೆ ತನ್ನ ಪರಿಮಿತಿ ಆದಾಯವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು, ಇನ್ನಿತರವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಕೊಂಡು ಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಬರುತ್ತದೆ. ಇದು ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಅವಲೋಕನ. ಈ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಅನುಭೋಗಿ ಅಥವಾ ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂತೃಪ್ತಿ ಲಭಿಸುವುದು. ಸಮಗ್ರ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಯಥೋಚಿತವಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರಯೋಜನವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಅನ್ನುವುದು ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಒಂದು ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗವಾಗಿದ್ದು, ದೇಶದ ಒಟ್ಟು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬಹುತೇಕ ಪಾಲು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ನಗರ ಪ್ರದೇಶದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಈ ನಗರ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರ ಆದಾಯದ ಮೇಲೆ ಮಹತ್ತರವಾದ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಬೀರುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾದ ಸರಕುಗಳಿಗೆ ನಗರ ಪ್ರದೇಶದವರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಬೇಡಿಕೆಯಿದ್ದು, ಗರಿಷ್ಟ ಬೆಲೆ ಲಭಿಸಿದಾಗ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಬೆಳೆಗಾರರು ಯಾ ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರ ಆದಾಯ ವೃದ್ಧಿಯಾಗುವುದು. ಇದರಿಂದ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರ ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳಗೊಂಡು ಅನುಭೋಗದ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯಾಗಿ, ತಮ್ಮ ಜೀವನಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆ ಮತ್ತು ಏರಿಕೆ ತರಲು ಪೂರಕವಾದ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಕೊಂಡು ಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ನಿರ್ಮಾಣ ಆಗುವುದು. ಇದರೊಂದಿಗೆ, ತಮ್ಮ ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿರುವ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಮತ್ತು ಉನ್ನತ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ನೀಡಿ, ಯಥೋಚಿತವಾದ ಉದ್ಯೋಗ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಅಲ್ಲದೆ, ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳಗೊಂಡಾಗ, ಆಧುನಿಕ ಕೃಷಿಯ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳನ್ನು ತಮ್ಮಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿ ನೀಡುವ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸಿ, ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಆದಾಯದ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಏರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡಬಲ್ಲುದು. ಇದಲ್ಲದೆ, ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಯಾ ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರಿಗೆ, ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕನಿಷ್ಟಗೊಳಿಸಿ, ಆದಾಯವನ್ನು ಗರಿಷ್ಟಗೊಳಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು ಮುಂದೆ ಬಂದಾಗ, ಇನ್ನಷ್ಟು, ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಗುಣಾತ್ಮಕ ಹಾಗೂ ಧನಾತ್ಮಕ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿ, ಒಟ್ಟು ಜೀವನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆ ಕಂಡು ಬಂದು ಆರ್ಥಿಕ - ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಲ್ಯಾಣವುಂಟು ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ದಕ್ಷ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಮತ್ತು ನಗರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ನಡುವೆ, ಒಂದು ಬಲಿಷ್ಟ ಕೊಂಡಿಯಂತೆ ವರ್ತಿಸಿ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಯಾವಾಗ ಭಾರತದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಹಳ್ಳಿಗಳ ಗುಂಪುಗಳು ಸೇರಿರುತ್ತವೆಯೋ, ಆಗ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ದೇಶದ ಸಮಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬಹುತೇಕ ಪಾಲು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ನಿರ್ಧರಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಯಾವ ರೀತಿ ಒಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುತ್ತದೆ ಎಂದು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವ ಮೊದಲು, ಭಾರತದೇಶದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಯಾವ ರೀತಿ ರಚನೆಗೊಂಡಿದೆ ಮತ್ತು ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಅಗತ್ಯ ಎಂಬ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿಧಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

2.17. ಗ್ರಂಥ ಪರಾಮರ್ಶನೆ.

1. ರಾಧ ಮೆನನ್ ಮತ್ತು ಕಲ್ಯಾಣ್ ಕುಟ್ಟಿ ಎಂಬ ಸಂಶೋಧಕರು, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಗೆ ಬಾಧಿಸುವ ಹಳದಿ ಎಲೆ ರೋಗಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಶೋಧನೆ ನಡೆಸಿ, ಈ ರೋಗವೇ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಇಳಿಕೆಗೆ ಕಾರಣ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. *[49]

2. ಕೆ. ವಿ. ಅಹಮ್ಮದ್, ಭಾವಪ್ಪ, ಜಿ. ಎಲ್. ಪಟೇಲ್ ಮತ್ತು ಕೆ. ಶ್ಯಾಮ ಭಟ್ ಇವರುಗಳು ಅಂಕುರಿಸುವಿಕೆ ಯಾ ವರ್ಧನೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ (Germination) ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿರುತ್ತಾರೆ. *[50]

3. ಇ. ಮೇಲಪ್ಪನ್*[51] ರವರ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯದ ಹೆಚ್ಚಳ ಮಾಡಲು ಸಾಂದ್ರ ಕೃಷಿ ಪದ್ಧತಿ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಮಿಶ್ರ ಬೆಳೆ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

4. ಪಿ. ರೆತಿನಂ, ತನ್ನ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ, ಅಡಿಕೆಯ ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಆಧುನಿಕ ರೀತಿಯ ಕೃಷಿ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವುದು ಸೂಕ್ತ ಮಾರ್ಗ ಎಂದಿರುತ್ತಾರೆ. *[52]

5. ಲಕ್ಷ್ಮಣಾಚಾರ್ ಮತ್ತು ರವೀಂದ್ರನ್ *[53] ರವರು ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ 1950ರಿಂದ 1964 ರ ವರೆಗಿನ ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಇವರುಗಳು ಬೆಂಗಳೂರು, ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ಶಿರ್ಸಿ ಮತ್ತು ಮಂಗಳೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡು, ಪರಿಶೀಲಿಸಿದಾಗ, 1954ನೇ ಇಸವಿಯ ನಂತರ ಅಡಿಕೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಸರಾಸರಿ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿರುವುದನ್ನು

ಗಮನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ, ಜುಲೈ - ಸಪ್ಟೆಂಬರ್ ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿರುವುದನ್ನು ಮನಗಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಳ, ಅಲ್ಲದೆ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟಗಾರರ, ಮಾರಾಟಗಾರರೊಳಗಿನ ಸಂಪರ್ಕಗಳಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ಅಡಿಕೆಯ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ಅಗಾಧವಾದ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿರುವುದನ್ನು ಇವರುಗಳ ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತಜ್ಞರುಗಳ ಪ್ರಕಾರ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಸರಕುಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವುದರಿಂದ, ಈ ಅನೇಕ ಮಂದಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು, ತಮ್ಮ ಸರಕುಗಳಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಸಿದ್ಧರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

6. ಶೆಣ್ಯೆ ಮತ್ತು ರವೀಂದ್ರನ್ *[54] ಇವರುಗಳು 1950 ರಿಂದ 1969 ರ ತನಕ ಭಾರತದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಗಟು ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಅವರ್ತಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಇವರುಗಳ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ, ಅಡಿಕೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ .ಏರುತ್ತಿದ್ದು, ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಮಂಗಳೂರಿನಲ್ಲಿ 150% ತ್ರಿಚೂರಿನಲ್ಲಿ 105% ಮತ್ತು ಮಧುರೈನಲ್ಲಿ 250% ಹೆಚ್ಚಳ ಕಂಡು ಬಂದಿದ್ದು, ಬೇಯಿಸಿದ ಅಡಿಕೆಯ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಶಿರ್ಸಿಯಲ್ಲಿ 160%, ತ್ರಿಶೂರಿನಲ್ಲಿ 130% ಮತ್ತು ಶಿವಮೊಗ್ಗದಲ್ಲಿ 185% ಹೆಚ್ಚಳ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ ಎಂದು ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ.

7. ಗೋಪಾಲ ನ್ಯಾಕ್ ಮತ್ತು ಅರೋರಾ *[55] - ಇವರುಗಳು ತಮ್ಮ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ವಿಧ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ವರ್ತನೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಅವರುಗಳು, ಸಹಕಾರಿಗಳು, ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೋ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಶಿರ್ಸಿ, ನಾಗಪುರ ಮತ್ತು ಕಾನ್ಪುರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಂಡು ತಮ್ಮ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ನಡೆಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಇವರುಗಳ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಾರ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಕೆಲವು ಮೂಲಗಳಿಂದ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮಾರಾಟ ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿನ ಸಂಕೀರ್ಣತೆ ಇನ್ನು ಜಟಿಲವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಈ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ

ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ಉತ್ಪಾದನಕಾರ ಮತ್ತು ಬಳಕೆದಾರರ ನಡುವೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಗಾಧವಾದ ವ್ಯತ್ಯಾಸ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ.

8. ಭಟ್ಟ ಮತ್ತು ಭಟ್ಟ *[56] ಎಂಬ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತಜ್ಞರುಗಳು ಮಂಗಳೂರು ಮತ್ತು ಶಿರ್ಸಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆಯ ಪೂರೈಕೆಯ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ತಮ್ಮ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಒಳಪಡಿಸಿ, 1971-72 ರಿಂದ 1983-84 ರ ತನಕ ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧದ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ, ಬೆಲೆಯ ಸ್ಥಿರತೆ ಮುಂತಾದವುಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ, ಮಂಗಳೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶಿರಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡಲಾಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ ಶಿರ್ಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ, ಮಂಗಳೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕ (Price leader) ಆಗಿ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

9. ಸಿಕ್ಕಾ ಮತ್ತು ರವೀಂದ್ರನ್ *[57] ಎಂಬ ತಜ್ಞರುಗಳು ಎಂಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಐದು ಪುಟಗಳಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಇವರುಗಳು, ಬೇಯಿಸಿದ ಮತ್ತು ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆಯ ವರ್ತನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದಾಗ, ಸಾಮಾನ್ಯ ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಅಡಿಕೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಅತೀವವಾದ ಆವರ್ತಗಳು ಆಗುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ನಡವಳಿಕೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಪೂರೈಕೆಯು ಸ್ಥಿರಗತಿಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದ್ದು, ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಆವರ್ತಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯ ಲಕ್ಷಣಗಳಾಗಿವೆ. ಈ ಸಂಶೋದಕರು, ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿನ ಕುಸಿತಕ್ಕೆ ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದು ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಆಮದಿನ ಪ್ರಮಾಣ ಅತೀ ಕನಿಷ್ಟ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿರುವಾಗ ಅಡಿಕೆಯು ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಕುಸಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ಏನು ಎಂದು ಸಂಶೋಧಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ವಿಫಲರಾಗಿದ್ದಾರೆ.

10. ಲಕ್ಷ್ಮಣಾಚಾರ್ *[58] ಎಂಬ ಸಂಶೋಧಕರ ಪ್ರಕಾರ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ವರ್ಗೀಕರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಅಭ್ಯಸಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮತ್ತು ಶೇಕಡ 40 ರಷ್ಟು ಕರ್ನಾಟಕದ ಕೃಷಿ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಿಗತೆಯನ್ನು ತರುತ್ತಿವೆ ಎಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಆಮದುನಿಂದ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಕೃಷಿ ಸಹಕಾರಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಕಲ್ಪಿಸಬೇಕು ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ.

11. ಸತ್ಯಪ್ರಿಯಾ *[59] - ಎಂಬ ಸಂಶೋಧಕರು, ಮಂಗಳೂರು, ಶಿವಮೊಗ್ಗ ಮತ್ತು ಶಿರ್ಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಸಂಶೋಧಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಇವರ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಈ ಮೂರು ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು, ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೇಲೆ ತೀವ್ರ ಪರಿಣಾಮ ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತವೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ.

12. ಬಿಢೆ *[61] ಎಂಬ ಸಂಶೋಧಕರು, ಮಂಗಳೂರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ 1965-66 ಮತ್ತು 1972-73 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಆದ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಸಂಶೋಧಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಇವರ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಫಲಿತಾಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಪೈಪೋಟಿಯ ದರ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುತ್ತಿದೆ.

a) ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲವೇ ಮಂದಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಬ್ರಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದ ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟುಗಳಿಗೆ ಶಾಮೀಲಾಗಿರುವ ಕಾರಣ ಗ್ರಾಹಕರೊಳಗಿನ ಬೆಲೆಯ ಪೈಪೋಟಿಯಿಂದಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆ ಏರಿಕೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ.

b) ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಮಂದಿ ಉತ್ಪಾದನಕಾರರು, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಪಾಲು ವಹಿವಾಟಿನ ಮೇಲೆ ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿಟ್ಟಿರುವುದರಿಂದ, ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಗೆ ಅಧಿಕ ಪಾಲು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಕಾರರ ಒಳ ಪೈಪೋಟಿಯಿಂದಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಏರುಪೇರುಗಳುಂಟಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ.

13 ಲಕ್ಷ್ಮಣಾಚಾರ್ *[60] ತನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೇರಳ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ನಡೆಸಿದರು. 1960 ಮತ್ತು 1970 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕೇರಳ ರಾಜ್ಯದ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದು, ಈ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘದ ಸದಸ್ಯತ್ವದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಅತಿಯಾದ ಹೆಚ್ಚಳವನ್ನು ಗಮನಿಸಲಾಗಿದೆ.

14. ಪುರಂದರರಾವ್ *[62] ಎಂಬ ಸಂಶೋಧಕರು ಕೂಡ 1973 ರ ದಶಕದಲ್ಲಿ ಮಂಗಳೂರು, ಶಿವಮೊಗ್ಗ ಮತ್ತು ಶಿರ್ಸಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಶೋಧನೆ ನಡೆಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಇವರು ಈ ಮೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕೇಂದ್ರಗಳ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಒಳಬರುವ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿದಾಗ, 55 ಶೇಕಡಾ ಜನರು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರೊಂದಿಗೆ, 35 ಶೇಕಡ ಜನರು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತು 10 ಶೇಕಡಾ ಜನರು ಸಹಕಾರಿ ಖಾಸಗಿ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳೊಂದಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟನ್ನು ನಡೆಸಿರುವುದು ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಈ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಪ್ರಕಾರ 1970ರ ದಶಕದಲ್ಲಿಯೇ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಿರುವುದು ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ.

15. ಮೃತ್ಯುಂಜಯ *[63] ಎಂಬ ಸಂಶೋಧಕರ ಪ್ರಕಾರ, ಕರ್ನಾಟಕದ ಮಲೆನಾಡು ಭಾಗದ ರೈತರುಗಳ 80 ಶೇಕಡಾ ಆದಾಯ ಭತ್ತ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯಿಂದ ಬರುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು 2/3 ಪ್ರಮಾಣದ ಸಣ್ಣ ರೈತರು ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಮ ರೈತರು ಸುಮಾರು 3-4 ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಅಡಿಕೆಯನ್ನೇ ಮಾರಿ ಆದಾಯವನ್ನು ಗಳಿಸಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ.

16. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ ಸತ್ಯಪ್ರಿಯಾ *[64] ಎಂಬ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತಜ್ಞರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ, ಸಾರಿಗೆ, ಸಂಪರ್ಕ, ಅಡಿಕೆ ಕೊಯ್ಲು, ಭೌಗೋಳಿಕ ವಾತಾವರಣ, ಸಾಲದ ದೊರಕುವಿಕೆ, ಹಾಗೂ ರೈತರ ಸಂಗ್ರಹಣಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಕೊಂಡಿಯನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಇವರು ತಮ್ಮ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ ಅಡಿಕೆ ಪೂರೈಕೆಯಾಗುವ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಒಂದು ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ಥಾಪನೆಗೆ ಒತ್ತು ಕೊಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು.

ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರುಗಳಮೇಲೆ ಅಡ್ಡ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಬೀರುತ್ತವೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. ಇವರು ತನ್ನ ಸಂಶೋಧನೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಅಗಾಧವಾದ ಸ್ಪರ್ಧೆಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿದ್ದು, ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಾಗುವ ಏರುಪೇರುಗಳ ಮೇಲೆ ಇನ್ನಷ್ಟು ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಲಿದೆ ಎಂದು ಮನಗಂಡಿರುತ್ತಾರೆ.

17. ಸುಬ್ಬರಾವ್ *[65] ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೋ (CAMPCO) ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮೇಲೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ, ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೋ ಒಂದು ಲಾಭಾಂಶ ಪಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಮತ್ತು ಚಲನಶೀಲತೆಯಿರುವ ಪ್ರತಿಷ್ಠಿತ ಸಂಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಸ್ಥಿರತೆಯಲ್ಲಿಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿರುವ ಒಂದು ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ.

18. ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಆಗುವ ಬದಲಾವಣೆ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಬದಲಾವಣೆಯ ಸಂಬಂಧದ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಗ್ಡೆ*[66] ಎಂಬ ಸಂಶೋಧಕರು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಇವರ ಪ್ರಕಾರ, ಕರ್ನಾಟಕದ ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆ, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ಮೇಲೆ ಅನುಕೂಲಕರ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಿದೆ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ, ಅಡಿಕೆಯಿಂದ ಬಂದಂತಹ ಆದಾಯ, ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಮವರ್ಗದ ರೈತರುಗಳ ಜೀವನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಿದ್ದು, ದೊಡ್ಡ ರೈತರನ್ನು ಉತ್ಪಾದನಾ ಮೂಲಗಳಿಗೆ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಪ್ರಚೋದಿಸಿವೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

19. ಅಶೋಕ ಕುಮಾರ್‌ರವರು*[67] ಮಂಗಳೂರು, ಶಿವಮೊಗ್ಗ ಮತ್ತು ಶಿರ್ಸಿ ಯ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಂಡು, ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ದೀರ್ಘಾವಧಿ ಬೆಲೆಗಳು ಯಾವ ರೀತಿ ಅಡಿಕೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಬಾವ ಬೀಳುತ್ತವೆ ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದರು. ಇವರ ಬೋಧನೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಮಂಗಳೂರು ಮತ್ತು ಶಿರ್ಸಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಸಂಯೋಜಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿವೆ. ಹಾಗೂ ಮಂಗಳೂರು - ಶಿವಮೊಗ್ಗ ಮತ್ತು ಶಿವಮೊಗ್ಗ - ಶಿರ್ಸಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಸಂಯೋಜಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿವೆ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ. ಇವರ ಒಟ್ಟು ಅಂದಾಜಿನಂತೆ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಬಹಳ ದುರ್ಬಲ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಯೋಜಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿವೆ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ.

20. ಪೌಲೋಸ್ ಆಯೋಗದ (1973) *[68] ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಯೋಜನಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿರುವ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ದುರ್ಬಲವಾಗಿ ಸಂಘಟನೆ ಮತ್ತು ಸಂಯೋಜನೆ ಗೊಂಡಿರುವುದರಿಂದ, ಗರಿಷ್ಠ ಮಟ್ಟದ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ತಮ್ಮ ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಆವರ್ತಗಳಿಗೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಾವಳಿ ವಿಪರೀತವಾಗಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಬಹುಭಾಗವನ್ನು, ತಮ್ಮ ಪಾಲಿಗೆ ಸೇರಿಸಿಕೊಂಡು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ವಂಚಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

21. ರೆತಿನಂ ಆಯೋಗದ ಅಧ್ಯಯನದ *[69] (2001) ಪ್ರಕಾರ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದು, ಸಂಘಟನೆ ವಲಯಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಅತೀ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಆದುದರಿಂದ ದೇಶದ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಮರುಕಳಿಸುತ್ತಿರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ.

22. ಜಯಶೇಖರ *[70] ಎಂಬವರ ಚಿಂತನೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ವ್ಯಾಪಾರೀಕರಣದಿಂದಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಆವರ್ತನಗಳಿಗೆ ಎಡೆ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತಿದೆ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ.

23. ಅಖಿಲ ಬಾರತೀಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಘ (2001) ಕೈಗೊಂಡ ಉತ್ತರ ಭಾರತದ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಶೇಕಡ 90 ರಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ವ್ಯಾಪಾರ ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರ ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿದ್ದು, ದೇಶದ ಇಡೀ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ತನ್ನ ನಿಯಂತ್ರಣದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರ ನಿಯಂತ್ರಣ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಪಿಸಿರುವುದರಿಂದ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾದ ಬೆಲೆಯ ಏರಿಳಿತಗಳು ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿವೆ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ.*[71]

24. ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ ವರ್ಮುಡಿಯವರ *[72] ಅಧ್ಯಯನದಂತೆ, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಆವರ್ತನಗಳು ಆಗುತ್ತಿರುತ್ತವೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡಲಾಗಿದೆ.

ಗ್ರಂಥಋಣ:

*1. ಮಥೂರು .ಬಿ.ಎಲ್., "Towords Economic Development", Discovering Publishing House, New Delhi – 2001, ಪುಟ 01.

*2. ಮಿತ್ತಲ್, ಎ.ಸಿ. ಮತ್ತು ಶರ್ಮ, ಸಂಜಯ ಪ್ರಕಾಶ್ ., "Rural Poverty and Development'., R.B.S.A. Publishers Jaipur 2002, ಮುಖ ಪುಟ.

*3. ಗೌಡ, ಎಲ್. ಆರ್. ಕೃಷ್ಣಯ್ಯ , 'ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರ", ಸ್ಪಂದನ ಪ್ರಕಾಶನ ಬೆಂಗಳೂರು – 2007, ಪುಟ 55.

*4 . ಮಿಯರ್ ಮತ್ತು ಬಾಲ್ಡ್‌ವಿನ್., Leading Issues in Economics of Development" ಪುಟ, 291–292.

*5 Rostow ,W.W., 'The Stages of Economic Growth' , 1960.

*6 ನ್ಯಾಷನಲ್ ಇನ್‌ಸ್ಟಿಟ್ಯೂಟ್ ಆಫ್ ರೂರಲ್ ಡೆವಲಂಪ್‌ಮೆಂಟ್, (NIRD), "Economic and Social Development – Some Issues" ., ನವೆಂಬರ್ 7–10, NIRD 1985., ಪುಟ 5–19.

*7 ಶುಂಪೀಟರ್.'The Theory of Economic Development, 1934. ಪುಟ,245–247.

*8. Winor . J (ವೈನರ್ ಜೆ.) "International Trade and Economic Development" , Oxford University Press , London -1957., ಪುಟ 100.

* 9. ಭಾರತ ಸರಕಾರದ ಯೋಜನಾ ಆಯೋಗ, ನಾಲ್ಕನೇ ಪಂಚವಾರ್ಷಿಕ ಯೋಜನೆ, 1969–74., ಪುಟ 14.

*10. ಭಟ್, ಎನ್.ಎಸ್., "Banking Expansion and Economic Development – A case study of Syndicate Bank in Karnataka-1951– 1975 "., (ಪಿಎಚ್.ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ) 1977, ಪುಟ 15–16.

*11. ಜೈನ್ ಸಿ.ಎಮ್. ಎಂಡ್ ಟಿ. ಕಂಗನ್ .,"M K Gandhi -Approaches to Rural Development and Agrarian Structure"., (ಸಂಪಾದಿತ ಕೃತಿ) ಪ್ರಿಂಟ್‌ವೆಲ್ ಜೈಪುರ, 1993 ಪುಟ 20.

*12. Rural Development and Local Organisation In Asia., ಮೇಕ್‌ಮಿಲನ್ ಇಂಡಿಯಾ ಲಿಮಿಟೆಡ್., ಡೆಲ್ಲಿ 1982, ಪುಟ 02.

*13. ಮೋಷರ್, ಎ.ಟಿ., "Thinking About Rural Development" A.D.C., Newyork 1976, ಪುಟ : 10–11. ಉಲ್ಲೇಖ: ಎಸ್.ಎಸ್.ಆಚಾರ್ಯ " ಟೇಂಜಿಂಗ್ ಹಾರಿಜನಸ್ ಆಫ್ ರೂರಲ್ ಡೆವಲಪ್‌ಮೆಂಟ್ " ಪ್ರಿಂಟ್‌ವೆಲ್ ಪಬ್ಲಿಷರ್ಸ್, ಜೈಪುರ 1985, ಪುಟ: 56–57.

*14. ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ, 'Weekly Village Markets in Dakshina Kannada" ಪಿಎಚ್.ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ : 1986, ಪುಟ 26.

*15. ಸತ್ಯಸುಂದರಂ ಐ., : 'Rural Development", ಹಿಮಾಲಯ ಪಬ್ಲಿಷಿಂಗ್ ಹೌಸ್, ಮುಂಬೈ: 1999, ಪುಟ 13.

*16. ಪಾಟೀಲ್ ವಿ.ಟಿ. ಮತ್ತು ಲೊಕಾಪುರ್ ಟಿ.ಎ., "Gandhi's concept of Decentralisation Analysis", (ಸಂಪಾದಿತ) (Studies of Gandhi). ಡೆಲ್ಲಿ, ಸ್ಟರ್ಲಿಂಗ್ 1983, ಪುಟ: 117.

*17. ಗಾಂಧಿ , ಎಮ್. ಕೆ., " Village Swaraj " ಅಹಮದಾಬಾದ್, ನವಜೀವನ ಪಬ್ಲಿಷರ್ಸ್ 1963. ಪುಟ 4.

*18. ಶರ್ಮ, ಜೈನ್ ನಾರಾಯಣ., "Alternative Economics – Economics of Mahathma Gandhi and Globalisation"., ದೀಪ್ ಎಂಡ್ ದೀಪ್ ಪಬ್ಲಿಕೇಶನ್ಸ್ (ಪ್ರೈ) ಲಿಮಿಟೆಡ್ ನವ ದೆಹಲಿ, 2003 , ಪುಟ: 107.

*19. ವರ್ಮುಡಿ, ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ., "Weekly Village Markets in Dakshina Kannada"., ಪಿ.ಎಚ್.ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ 1986., ಪುಟ: 32.

*20. ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ "Weekly Village Markets in Dakshina Kannada", ಪಿ.ಎಚ್.ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ, 1986., ಪುಟ:32

*21 ಗಾಂಧಿ , ಎಮ್.ಕೆ. "India of My Dreams"., ನವಜೀವನ ಪಬ್ಲಿಷರ್ಸ್ , ಅಹಮದಾಬಾದ್, 1959, ಪುಟ: 98.

*22. ಗಾಂಧಿ , ಎಮ್.ಕೆ., "Industrialise and Perish", ಆರ್.ಕೆ. ಪ್ರಭು ಅವರಿಂದ ಸಂಪಾದಿತ ಕೃತಿ, ನವಜೀವನ ಪಬ್ಲಿಷರ್ಸ್ ಅಹಮದಾಬಾದ್, 1966 , ಪುಟ: 18–19.

*23. ಸೇನ್ ಕೆ. ಲಲಿತ್ ., "The Need for Micro Level Plannining In Indian National Institute of Community Development"., 1972 , ಪುಟ: 3–9.

*24. ರಾವ್, ವಿ.ಕೆ.ಆರ್.ವಿ. 'Rural Development – Size and Dimension of Taste" (ಸಂಪಾದಿತ ಕೃತಿ), ರೂರಲ್ ಡೆವಲಪ್‌ಮೆಂಟ್ ಎಂಡ್ ಕಾರ್ಪೂರೇಟ್ ಸೆಕ್ಟರ್, ಆಲ್ ಇಂಡಿಯಾ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಎಸೋಸಿಯೇಷನ್, ಪು: 5.

*25. ಗಾಡ್ಗೀಳ್ ಡಿ.ಆರ್., 'A note on Methodology For Village Studies"., 1954ರಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಂತ್ರಾಲಯದ ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರ ನಿರ್ದೇಶಕರಿಗೆ ಮಂಡಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ವರದಿ.

*26. Rao.V.M., "Spacial Aspects of IRDN Studies In Rural Development" ಜಿ. ತಿಮ್ಮಯ್ಯ ಚಾಘ್ ಪಬ್ಲಿಕೇಶನ್, 1979.

*27. ರಾಮಚಂದ್ರನ್ ಎಚ್. "Village Clusters and Rural Development"– ನವ ದೆಹಲಿ, 1980.

*28. ಹ್ಯಾನ್ಸ್, ವಿ.ಬಿ., "Child Health and Neutrition In India - Flight and Right"., Indian Development Riew".,Vol. 5 ಕ್ರಮ ಸಂಖ್ಯೆ:1, ಜೂನ್ 2007,ಪುಟ:33–36.

*29. ವರ್ಮುಡಿ, ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ., "Weekly Village Markets in Dakshina Kannada"., – ಪಿಎಚ್.ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ , 1986 ., ಪುಟ 44–45.

*30. ಭಾರತ ಸರಕಾರದ ಯೋಜನಾ ಆಯೋಗ – ಆರನೇ ಪಂಚವಾರ್ಷಿಕ ಯೋಜನೆ., 1980–85 ಪುಟ – 190.

*31. Adlo. L. Larsen, "Agricultural Marketing " .,1953, ಪುಟ 33–34.

*32. Karl .A. Elling ., " Introduction to Marketing – An Aplied Approach" ., NewYork Macmillon Company; 1969, ಪುಟ; 4.

*33. "Marketing Definition " Chicago –American Marketing Association, 1960., ಪುಟ 15.

*34 . Clark Tausley and E. Clark., "Principles of Marketing" , London Mac Millon Company, 1962 . ಪುಟ 10.

*35. Kohren. Williard.W ., " The Marketing as a Unit of Enqiry in Agricultural Economics Research " ., Journal "Farm Economics" 1957. ಪುಟ 10 .

*36. Narvor.John. C and Sareef Ronald ., " The marketing Economy on Physical approach" ., Newyork. ಪುಟ 57.

*37. Kotler. Philip, " Marketing Management " New Delhi Prentise Hall of India Pvt. Ltd ., 1989 ಪುಟ 9.

*38. Raston and Drawer., " Modern Marketing Management" ., 1989 . ಪುಟ 9.

*39. Ayyangar . H R V., " The Future For Marketing Management In India" , Indian Journal of Marketing, 1975. ಪುಟ 30.

*40. Mathyus. B., "Marketing and an Introductory Analysis" Newyork , M . Grow Hill Company, 1964. ಪುಟ 13.

*41. G. Subramanyam . Ramakrishna .A and S K Prasad., "Handloom Marketing – A Study of Consumers Behaviour" Indian Journal of Marketing ,. 1985. ಪುಟ 20.

*42. Kotler. Philip, " Marketing Management" ., ಪುಟ 11.

*43. Gill K. S ., " Role of Commercial banks in Marketing of Agricultural produce" , Agricultural Marketing , 1972 . ಪುಟ 14–18.

*44. Alwin. G .Law., Billi. R., and George Paul .B ., Young & R. Chetty., " Seed marketing New Delhi" , National Seed Corporation , 1984.

*45. Thomas .K.T., "Marketing Concept and Marketing Management"., 1978, ಪುಟ 44–47.

*46. Richard , Kohli ., " Marketing of Agricultural Product"., NewYork , M C Grow Hill Book Company . 1967 , , ಪುಟ 9.

47. R.D Bujel and Mathyus J.B., " Marketing and Introductory Analysis"., NewYork , M C Grow Hill Book Company . 1967 , , ಪುಟ 13.

*48. ವರ್ಮುಡಿ, ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ., "Weekly Village Markets in Dakshina Kannada".,– ಪಿಎಚ್.ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ , 1986 ., ಪುಟ 39.

*49. Menon, Radha & Kalyankutty T - " Preliminary studies on Leaf Disease with Trace elements on Fertilizers. Vol. XII No. 1, Jan- March 1- 1961, P - 14-15

*50. Ahamad KV, Bavappa, Patel G.L. and Sham Bhat. K., - "Germination and vigour of seedlings as influenced by the quality of seed arecanut - Arecanut Journal Vol. no. 3, Jan - March - 1982.

*51. Velappan E. - "Measures to enhance returns from arecanut gardens" CAS Journal Vol. V. No. 3, Jan - March - 1982

*52. Rethinam P. - "Diversification Vital " - "Hindu Survey on Indian Agriculture" – 1990, PP 123-125.

*53. Lakshmanachar M.S. and Ravindran T.C. – "Fluctuations in the wholesale prices of Arecanut in Mysore state during the period 1950-1964". Arecanut Journal Vol. 16, No. 3, 1965, PP 12-18

*54. Shenoy J.R. and Ravindran TC : Fluctuations in Wholesale prices of Arecanut in Indian Markets during 1959 -1969: Arecanut and Spices Bulletin Vol. 13, No. 3, 1972,PP 713.

*55. Naik Gopal & Arora UPS: Arecanut Marketing - An analysis of growers share in consumers Rupee, Price spread and Market integration: IJAE Vol. 40, No. 03, 1985, P.418.

*56. Bhatta R and Bhatt ARS: An economic analysis of Price of Arecanut in Karnataka: JIER, Vol. 23, No. 1 – 1988.

*57. Sikka R.K. & Ravindran J.C. - A study of fluctuations of Arecanut prices in Indian Markets - Arecanut & Prices Bulletin Vol. 5, No. 2 PP-45-50.

*58. Lakshamanachar M.S. - Grading of Arecanut: Arecanut and Spices Bulletine Vol. 5 No. 1, 1973, PP 45-50.

*59. Sathyapriya V.S. - Marketing of Arecanut in Mysore State: Gokhale Institute of Politics & Economics, Pune, PhD Thesis, 1993, PP 1-457.

60. Bhide S., Chaudhry A, Heady E.D. & Muralidharan M.A.; - Structural changes in an Assembling Market - A case study of Arecanut Market in Manglore, Karnataka Stae, (JAE Vol. 36, No. 2 1981, PP - 25-34).

*61. Lakshmanachar M.S.: Co-operative Marketing of Arecanut in Kerala State: Arecanut & Spices Bulletin, Vol. 4, No. 2, 1972, PP. 11-16.

*62. Purandara Rao K., An analysis of marketing problems of Arecanut in Karnataka State: Dept. of Agricultural Economics UAS Bangalore MSc. thesis PP- 1-108.

*63. Mrithyunjaya: 'Income, Saving & Investment pattern in the Arecanut Economy of Malnadu region, Mysore State, Dept. of Agricultural economics, UAS, Bangalore, 1972, PP- 1-107.

*64. Sathya Priya V.S.: Institutional factors and Marketing Behaviour - A study three major Arecanut Markets in Karnataka - IJAE, vol. 39, No. 3, 1984 PP 179-184.

*65. Subba Rao AR: An analysis of Business Performance of CAMPCO Ltd., Mangalore, Karnataka; Dept of Agriculture Economics, UAS, Bangalore, Msc. Thesis, 1985, PP 1-185.

*66. Hegde D.A.: Impact of price behaviour on Arecanut Plantations - in Karnataka - A case study of North Kannada District studies, in Economics, Karnataka University Dharwad, Ph D. Thesis 1987 PP 1-34.

*67.. Ashok Kumar K.S., Price & Arrivals of arecanut in selected markets of Karnataka: Dept. of Statistics UAS Bangalor, PhD Thesis 1989, PP - 101

*68. Paulose Committee on Arecanut (1973) - A report submitted to the govt. of Mysore (Karnataka).

*69. Rethinam Committee on Arecanut (2001) - A Report on Arecanut marketing - submitted to Ministry of Agriculture, Govt. of India.

*70. Jayashekar ., Survey on Arecanut Marketing, Yojana: Vol. 5, No. 3 - 2003 - PP -10.

*71. ವರ್ಮುಡಿ. ಡಾ. ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ., "ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂದು – ಇಂದು – ಮುಂದು" – ವರ್ಮುಡಿ ಪ್ರಕಾಶನ 2001 .ಪುಟ 137–140.

*72. ವರ್ಮುಡಿ. ಡಾ. ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ., "ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂದು – ಇಂದು – ಮುಂದು". ವರ್ಮುಡಿ ಪ್ರಕಾಶನ 2001 . ಪುಟ 104 –111.

ಅಧ್ಯಾಯ–3

ಅಧ್ಯಯನ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಪ್ರದೇಶದ ಒಂದು ಪಕ್ಷಿನೋಟ – ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ

ಅಧ್ಯಾಯ –3

ಅಧ್ಯಯನ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಪ್ರದೇಶದ ಒಂದು ಪಕ್ಷಿನೋಟ – ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ.

ಈ ಹಿಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಹಾಗೂ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಇತ್ಯಾದಿ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅವಲೋಕಿಸಲಾಗಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರದೇಶವಾದ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಆರ್ಥಿಕ - ಸಾಮಾಜಿಕ ಪರಿಸರದ ಒಂದು ಪಕ್ಷಿನೋಟವನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯು ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ಒಂದು ಭಾಗವಾಗಿದ್ದು, ಇದು ರಾಜ್ಯದ ಇತರ ಪ್ರದೇಶಗಳೊಂದಿಗೆ ನಿಕಟವಾದ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳೊಂದಿಗೆ, ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಮಾಜಿಕ, ಆರ್ಥಿಕ, ಚಾರಿತ್ರಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ವಿಚಾರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಒಂದು ಪಕ್ಷಿನೋಟವನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು ಈ ಸಂಶೋಧನಾ ಪ್ರಬಂಧಕ್ಕೆ ಪೂರಕ ಅಂಶವಾಗಿದೆ.

ಇದರೊಂದಿಗೆ ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ದೇಶಗಳು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನಾ ಮಟ್ಟ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ, ಭಾರತದಿಂದ ಅಡಿಕೆಯ ರಫ್ತು ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದು, ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳ ಮೇಲೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲಿದಾಗ, ಇಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವ ಅಂಶಗಳು ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕ ಹಿನ್ನಲೆಯನ್ನು ನಿರೂಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

3.1. ಕರ್ನಾಟಕ :

ಭಾರತದ ನೈರುತ್ಯ ದಿಕ್ಕಿನಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 700 ಕಿ. ಮೀ. ದಕ್ಷಿಣೋತ್ತರವಾಗಿಯೂ ಮತ್ತು ಸುಮಾರು 400 ಕಿ.ಮೀ. ಪೂರ್ವ ಪಶ್ಚಿಮವಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಭೂಭಾಗ ಬೆಳೆದು ನಿಂತಿದೆ. ಜನ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಭೂ ಭಾಗವನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಕರ್ನಾಟಕ, ಭಾರತ ದೇಶದ ಎಂಟನೇ ಅತೀ ದೊಡ್ಡ ರಾಜ್ಯವಾಗಿದ್ದು, ಒಟ್ಟು 19791 ಚದರ ಕಿ. ಮೀ. ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಹೊಂದಿದೆ. ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು ಜನ ಸಂಖ್ಯೆಯ 5.83 ಶೇಕಡ ಜನ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಈ


Bidar
Gulbarga
Bijapur
Bagalkot
Raichur
Belgaum
Koppal
Dharwad
Gadag
Bellary
Karwar
Haveri
Davangere
Chitradurga
Shimoga
Chickmagalur
Tumkur
Kolar
Udupi
Hassan
Bangalore
Mangalore
Mandya
Bangalore
Rural
Madikeri
Mysore
Chamarajanagar

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ

ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಜನ ಸಾಂದ್ರತೆ 276/ಚದರ ಕಿ. ಮೀ. ಆಗಿದ್ದು, ದೇಶದ ಸರಾಸರಿ ಜನ ಸಂಖ್ಯಾ ಸಾಂದ್ರತೆಗಿಂತ (324/ಚ. ಕಿ. ಮೀ.) ಕಡಿಮೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ರಾಜ್ಯ ಒಟ್ಟು 27 ಜಿಲ್ಲೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾದ ನೈಸರ್ಗಿಕ ಸಂಪತ್ತುಗಳಿರುವ ಸಂಪದ್ಭರಿತವಾಗಿದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯು ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾದ ಕರಾವಳಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಾಗಿದ್ದು, ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಾಗಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

3.2. ಕರ್ನಾಟಕದ ಭೌಗೋಳಿಕ ಪರಿಚಯ :

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯವನ್ನು ಚಾರಿತ್ರಿಕವಾಗಿ ಮೈಸೂರು ರಾಜ್ಯ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ತನ್ನದೇ ಆದ ವೈಭವವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಇದು 11.35 -18.45 ಉತ್ತರ ಅಕ್ಷಾಂಶ ಹಾಗೂ 74.12 ಮತ್ತು 78.40 ಪೂರ್ವ ರೇಖಾಂಶಗಳ ಮಧ್ಯೆ ವಿಸ್ತರಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ.*[1] ಜನಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಒಂಭತ್ತನೇ ದೊಡ್ಡ ರಾಜ್ಯವಾಗಿದ್ದು, (ಭಾರತದ ಒಟ್ಟು ಜನಸಂಖ್ಯೆಯ 5.13% ಭಾಗ). ಈ ರಾಜ್ಯ ಕೃಷಿ ಪ್ರಧಾನ ರಾಜ್ಯವಾಗಿದ್ದರೂ, ವಿಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿದೆ. ಈ ರಾಜ್ಯದ ಆಸುಪಾಸಿನಲ್ಲಿ ಆಂದ್ರ ಪ್ರದೇಶ, ತಮಿಳುನಾಡು, ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರ ರಾಜ್ಯಗಳು ಸುತ್ತುವರಿದಿದ್ದು, ಪಶ್ಚಿಮದಲ್ಲಿ ಅರಬ್ಬೀ ಸಮುದ್ರ, ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರೇರಕವಾಗಿದೆ. ವಿದೇಶ ಯಾತ್ರಿಗಳನ್ನು ಆಮಂತ್ರಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ವಿಶಾಲವಾದ ಕರಾವಳಿ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು ಭೌಗೋಳಿಕವಾಗಿ, ಮಲೆನಾಡು, ಪಶ್ಚಿಮಘಟ್ಟ ಮತ್ತು ಮೈದಾನ ಪ್ರದೇಶ ಎಂಬ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಮಿಂಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಶರಾವತಿ, ಘಟಪ್ರಭಾ ನದಿಗಳು ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾಗಿದ್ದು, ವಿದ್ಯುತ್ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಸುಮಾರು 19.3% ಭಾಗ ಅರಣ್ಯ ಸಂಪತ್ತನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಭೌಗೋಳಿಕ ಪರಿಸರಕ್ಕೆ ಒಂದು ಶೋಭೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಕರ್ನಾಟಕ ನೈಸರ್ಗಿಕ ಕಾಲಮಾನವನ್ನು ನಾಲ್ಕು ರೀತಿಗಳಲ್ಲಿ ವಿಂಗಡಿಸಬಹುದು. ಜನವರಿಯಿಂದ ಫೆಬ್ರವರಿ - ಒಣ ಮತ್ತು ತಂಪಾದ ಕಾಲ, ಮಾರ್ಚಿನಿಂದ ಮೇ - ಉಷ್ಣ ಮತ್ತು ಒಣ ಕಾಲ, ಜೂನ್‌ನಿಂದ - ಸೆಪ್ಟಂಬರ್ ಮಳೆಗಾಲ, ಒಕ್ಟೋಬರ್‌ನಿಂದ ಡಿಸೆಂಬರ್ ಚಳಿಗಾಲ. ಮೂಲತಃವಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಉಷ್ಣವಲಯದಲ್ಲಿ ನೆಲೆಗೊಂಡಿದ್ದು, ಇದರ ಉಷ್ಣತಾ ಪರಿಮಾಣ ದಕ್ಷಿಣ ಭಾಗದಲ್ಲಿ 15°C ಯಿಂದ 21°C ವರೆಗೆ ಮತ್ತು ಉತ್ತರ ಭಾಗದಲ್ಲಿ 21°C ನಿಂದ 25°C

ವರೆಗೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದ್ದು, ಮಾರ್ಚ್‌ನಿಂದ ಮೇ ತಿಂಗಳುಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ $40^{\circ}C$ ಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಏರಿದ ಸಂದರ್ಭಗಳೂ ಇವೆ.

ಆಡಳಿತಾತ್ಮಕ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕವನ್ನು 29 ಜಿಲ್ಲೆಗಳಾಗಿ ಮತ್ತು 4 ಕಂದಾಯ ವಿಭಾಗಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೊಷ್ಟಕವನ್ನು 2001 ನೇ ಜನಗಣತಿಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಕಂದಾಯ ವಿಭಾಗಗಳು ಜಿಲ್ಲೆಗಳು ಮತ್ತು ಜನಸಂಖ್ಯೆಯ ಒಂದು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.1

ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಂದಾಯ ವಿಭಾಗಗಳು, ಜಿಲ್ಲೆಗಳು ಮತ್ತು ಜನಸಂಖ್ಯೆ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಕಂದಾಯ ವಿಭಾಗ	ಜಿಲ್ಲೆ	ಜನಸಂಖ್ಯೆ
1	ಬೆಂಗಳೂರು	1. ಬೆಂಗಳೂರು	6537,124
		2. ಬೆಂಗಳೂರು (ಗ್ರಾಮೀಣ)	1,881,514 *[2]
		3. ಚಿಕ್ಕಬಳ್ಳಾಪುರ	ಸೇರಿಕೊಂಡಿದೆ
		4. ಚಿತ್ರದುರ್ಗ	1,517,896
		5. ದಾವಣಗೆರೆ	1,790,952
		6. ಕೋಲಾರ	2,536,069 *[3]
		7. ರಾಮನಗರ	ಸೇರಿಕೊಂಡಿದೆ
		8. ಶಿವಮೊಗ್ಗ	1,642,545
		9. ತುಮಕೂರು	2,584,711
2	ಬೆಳಗಾಂ	10. ಬಾಗಲಕೋಟೆ	1651,892
		11.ಬೆಳಗಾಂ	4,214,505
		12. ಬಿಜಾಪುರ	1,806,918
		13.ಧಾರವಾಡ	1,604,253
		14.ಗದಗ	971,835
		15.ಹಾವೇರಿ	1,438,116
		16.ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ	1,353,644

3	ಗುಲಬರ್ಗಾ	17.ಬಳ್ಳಾರಿ	2,227,140
		18.ಬೀದರ್	1,502,373
		19.ಗುಲಬರ್ಗಾ	3,130,922
		20.ಕೊಪ್ಪಳ	1,196,089
		21.ರಾಯಚೂರು	1,669,762
4	ಮೈಸೂರು	22.ಚಾಮರಾಜನಗರ	965,442
		23.ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು	1,140,905
		24.ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ	1,897,730
		25.ಹಾಸನ	1,721,669
		26.ಕೊಡಗು	548,561
		27.ಮಂಡ್ಯ	1,763,705
		28.ಮೈಸೂರು	2,641,027
		29.ಉಡುಪಿ	1,112,243

ಮೂಲ: Wikipedia Karnataka, http:// wikipedia karnataka organisation

1901 ನೇ ಜನಗಣತಿಯ ಪ್ರಕಾರ - ಕರ್ನಾಟಕದ ಜನಸಂಖ್ಯೆ 13.05 ಮಿಲಿಯನ್ ಆಗಿದ್ದು, 2001 ನೇ ಜನಗಣತಿ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ 52.73 ಮಿಲಿಯನ್‌ಗೆ ಏರಿರುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೇ 2001ನೇ ಗಣತಿ ಪ್ರಕಾರ ಲಿಂಗಾನುಪಾತ 965/1000 ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಮಹಿಳಾ ಸಾಕ್ಷರತೆ 56.9% ಆಗಿದ್ದು, ಈ ಎಲ್ಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ದೇಶದ ಸರಾಸರಿ ಪ್ರಮಾಣಗಳಿಂದ ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರಮಾಣ ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಮೂಲಾಡಳಿತದಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದುತ್ತಿದ್ದು, ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಇಡೀ ದೇಶದಲ್ಲಿಯೇ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡ ರಾಜ್ಯವಾಗಿದೆ. ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯವಾಗಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ, ಕೈಗಾರಿಕೀಕರಣ, ತಾಂತ್ರೀಕರಣ ಹಾಗೂ ಕಂಪ್ಯೂಟರೀಕರಣದಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾದ ಸಾಧನೆಯಲ್ಲಿ ಈ ರಾಜ್ಯ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಐ. ಟಿ. ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಇದು ದೇಶದಲ್ಲಿಯೇ ಮಹತ್ತರವಾದ ಸಾಧನೆಯನ್ನು ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಬಹಳ ತ್ವರಿತಗತಿಯಿಂದ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದು, ಪ್ರಸ್ತುತ ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು 175 ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ 140 ತಾಲೂಕುಗಳು ಅಂತರ್ಜಾಲ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿವೆ. ಸರಕಾರದ ಆಡಳಿತ ಕಛೇರಿಗಳು, ಇಂದು

ಕಂಪ್ಯೂಟರೀಕೃತ ಆಡಳಿತ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ' ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿ' 'ಭೂಮಿ' ಇತ್ಯಾದಿ ಆಡಳಿತ ತಂತ್ರಗಳ ಮೂಲಕ ಸುಮಾರು 190 ಲಕ್ಷ ಭೂದಾಖಲೆಗಳು ಇಂದು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಕಂಪ್ಯೂಟರೀಕೃತವಾಗಿದೆ. 'ನೆಮ್ಮದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳು' ಇಂದು ಪ್ರತಿ ಪಂಚಾಯತ್ ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಸುಮಾರು 60 ಲಕ್ಷ ರೈತರುಗಳು ಇದರ ಪ್ರಯೋಜನವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

3.3. ಕರ್ನಾಟಕದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಆರ್ಥಿಕತೆ :

ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 190 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಭೂ ಪ್ರದೇಶವಿದ್ದು, ಇದರಲ್ಲಿ 106 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರು ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಸುಮಾರು 56,682 ಜನರು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ವಾಸವಾಗಿದ್ದಾರೆ.*[4] ಕರ್ನಾಟಕ ಸಾಮಾಜಿಕ - ಆರ್ಥಿಕ ಪರಿಸರವನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಮಾಜವು ಈ ಮುಂದಿನ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತವೆ.

(a) ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಚದುರಿಕೊಂಡಿರುವ ಜನರ ವಾಸ್ತವ್ಯತೆ.

(b) ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅವಲಂಬನೆ.

(c) ಆಂತರಿಕ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಕಡಿಮೆ ಪಾಲು.

(d) ಮಾನವ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಸೂಚಿಯಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಟ ಸ್ಥಾನ.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವ ಅನಿವಾರ್ಯತೆಯಿದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಉತ್ಪಾದನಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸಿ, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಅಧಿಕಗೊಳಿಸಿ, ಪೂರಕ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಸುಧಾರಣೆಗೊಳಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಜನರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಗೊಳಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿ, ಜನರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಹಕ್ಕುಗಳು, ಮತ್ತು ರಾಜಕೀಯ ಜ್ಞಾನದೊಂದಿಗೆ, ಪಂಚಾಯತ್ ರಾಜ್ಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೂಲಕ ಸವಲತ್ತುಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ, 'ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ' ಉತ್ತೇಜನ ನೀಡಬೇಕು. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ

ಜನರಲ್ಲಿ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಗುಣಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ತಂದಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.*[5]

ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಶೇಕಡಾ 69 ರಷ್ಟು ಜನರು ತಮ್ಮನ್ನು ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು, ಕರಾವಳಿ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಭತ್ತ, ಅಡಿಕೆ, ಕಬ್ಬು ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇನ್ನಿತರ ಬೆಳೆಗಳ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಜೋಳ, ರಾಗಿ, ಏಲಕ್ಕಿ, ದ್ರಾಕ್ಷಿ, ಚಹಾ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಸೇರಿರುತ್ತವೆ. ಕರ್ನಾಟಕದ ರೈತರುಗಳಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕ ಪಾಲು ಮಾನ್‌ಸೂನ್ ಮಳೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದು, 25% ದಷ್ಟು ಬಿತ್ತನೆ ಪ್ರದೇಶ ನೀರಾವರಿ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಕರ್ನಾಟಕದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಕೈಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಕೈಮಗ್ಗ, ರೇಶ್ಮೆ, ಖಾದಿ ಮುಂತಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಿದೆ.

ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ಜನಸಂಖ್ಯೆ ಗಣನೀಯ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಇಳಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿವೆ. 199 ನೇ ಜನಗಣತಿ ಪ್ರಕಾರ ಅದು 69.08 ಶೇಕಡ ರಷ್ಟಿದ್ದು, 2001 ನೇ ಗಣತಿಯ ಪ್ರಕಾರ 66.A2% ರಷ್ಟಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಒಂಭತ್ತನೇ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. *[6]

ಕರ್ನಾಟಕದ ಒಟ್ಟು ಗ್ರಾಮೀಣ ಕಾರ್ಮಿಕ ಬಲ 1951 ನೇ ಗಣತಿ ಪ್ರಕಾರ 140 ಲಕ್ಷವಾಗಿದ್ದು, 1991 ನೇ ಗಣತಿ ಪ್ರಕಾರ 144.32 ಲಕ್ಷಕ್ಕೆ ಏರಿದೆ, 2001ನೇ ಗಣತಿಯಲ್ಲಿ ಇದು 149.27 ಲಕ್ಷಕ್ಕೆ ಏರಿಕೆಯಾಗಿದ್ದು, ಅವುಗಳಲ್ಲಿ 59.12 ಲಕ್ಷ ಜನರು ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ.*[7]

2001 ನೇ ಗಣತಿ ಪ್ರಕಾರ ಒಟ್ಟು 6,936,121 ಕೃಷಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ತಮ್ಮನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿದ್ದಾರೆ *[8] ಎಂದು ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಕೃಷಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರು ಜಂಟಿಯಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ 56% ರಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಮಿಕ ಬಲವನ್ನು ರೂಪಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.*[9] ಈ ಕೆಳಗಿನ ತಖ್ತೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಾರ್ಮಿಕ ಪೂರೈಕೆಯ ಒಂದು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.2

ಗ್ರಾಮೀಣ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಪೂರೈಕೆ

ಕ್ರ ಸಂ.	ಕಾರ್ಮಿಕರ ವಿಧಗಳು	ಗ್ರಾಮೀಣ ಕರ್ನಾಟಕ	ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾರತ
1	ಒಟ್ಟು ಕಾರ್ಮಿಕರ ಪೂರೈಕೆ	10.38	13.82
2	ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರು	40.38	31.65
3	ಇತರ ಕಾರ್ಮಿಕರು	4.61	7.39
4	ಭೂ ಸಹಿತ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರು	37.68	37.71
5	ಭೂ ಸಹಿತ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರು	6.95	9.43
		100.00	**100.00**

ಮೂಲ: GOK. Economic survey of Karnataka 2007-08, Directorate of Economics & Statistics.

3.4. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆ - ಒಂದು ಅವಲೋಕನ :

ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸಾಮಾಜಿಕ ಆರ್ಥಿಕ ಪರಿಸರದ ಬಗ್ಗೆ ಒಂದು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ನೋಟವಿದ್ದು, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದ ಬಗ್ಗೆ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಕೊಡಲಾಗಿದೆ. ಇದು ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಾಮಾಜಿಕ -ಆರ್ಥಿಕ ಅಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

- 11ನೇ ಶತಮಾನದ ನಂತರದಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆ ಬೆಳೆದು ಬಂದಂತಹ ದಾರಿ.
- ಧಾರ್ಮಿಕ - ಸಾಮಾಜಿಕ ವಿಕಾಸ
- ಭೌಗೋಳಿಕತೆ ಮತ್ತು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸ್ಥಳ ವಿನ್ಯಾಸ

- ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು ಜನಸಂಖ್ಯೆ - ಗ್ರಾಮೀಣ, ನಗರ, ಪುರುಷರು, ಸ್ತ್ರೀಯರು, ಜನ ಸಾಂದ್ರತೆ
- ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಬದಲಾವಣೆ - ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರದೇಶ, ಬಿತ್ತನಾ ಪ್ರದೇಶ, ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಬೆಳೆಗಳು, ಭೂ ಹಿಡುವಳಿಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ.
- ಕೈಗಾರಿಕಾ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಉದ್ಯೋಗ
- ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು
- ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಕ್ಷೇತ್ರ, ಸಾರಿಗೆ, ಸಂಪರ್ಕ
- ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಕ್ಷೇತ್ರ, ಆರೋಗ್ಯ ಕ್ಷೇತ್ರ
- ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅರಣ್ಯ ಸಂಪತ್ತು

ಈ ಮೇಲೆ ಸೂಚಿಸಿದ ಅಂಶಗಳ ಅವಲೋಕನ, ದ. ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಅಧ್ಯಯನದ ಮೇಲೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿವೆ ಎಂಬ ಉದ್ದೇಶದೊಂದಿಗೆ ಈ ಅಧ್ಯಾಯವನ್ನು ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

3.5. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆ - ಚಾರಿತ್ರಿಕ ಹಿನ್ನಲೆ :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅನೇಕ ಸಮಾಜ ಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರುಗಳು, ಭೂಗೋಳ ಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು, ಇತಿಹಾಸಕಾರರು ಮತ್ತು ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರುಗಳು ವಿವಿಧ ಸಂಶೋಧನಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸಿದ್ದು, ಈ ಜಿಲ್ಲೆಯನ್ನು ಕರ್ನಾಟಕದ ಅತೀ ಸಣ್ಣ ಜಿಲ್ಲೆಯಾಗಿ ವೈವಿಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ. *[10] ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯು ವಿವಿಧ ಹೆಸರುಗಳಿಂದ ಕರೆಯಲ್ಪಡುತ್ತಿದ್ದು, 'ತುಳುನಾಡು', 'ತುಳುವ' ಎಂಬ ಹೆಸರುಗಳಿಂದ ಹೆಸರುವಾಸಿಯಾಗಿದೆ. ತುಳು ಇಲ್ಲಿನ ಮುಖ್ಯ ಭಾಷೆಯಾಗಿದ್ದು, ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಗೆ ಅದರದ್ದೇ ಆದ ಇತಿಹಾಸ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಪೋರ್ಚುಗೀಸರು ಅದನ್ನು ' ಕೆನರಾ' ಎಂಬ ಹೆಸರಿನಿಂದ ಕರೆದಿದ್ದು, ಇದು ಇಲ್ಲಿನ ಆಳ್ವಿಕೆಗಾರರ ಮುಖ್ಯ ಭಾಷೆ ಕನ್ನಡ ಎಂಬುದನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ.*[11] ಈ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಆಂದೋಲನಗಳು, ಚಳುವಳಿಗಳು ಆಗಿ ಹೋಗಿದ್ದು, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಪೋರ್ಚುಗೀಸರಿಂದ

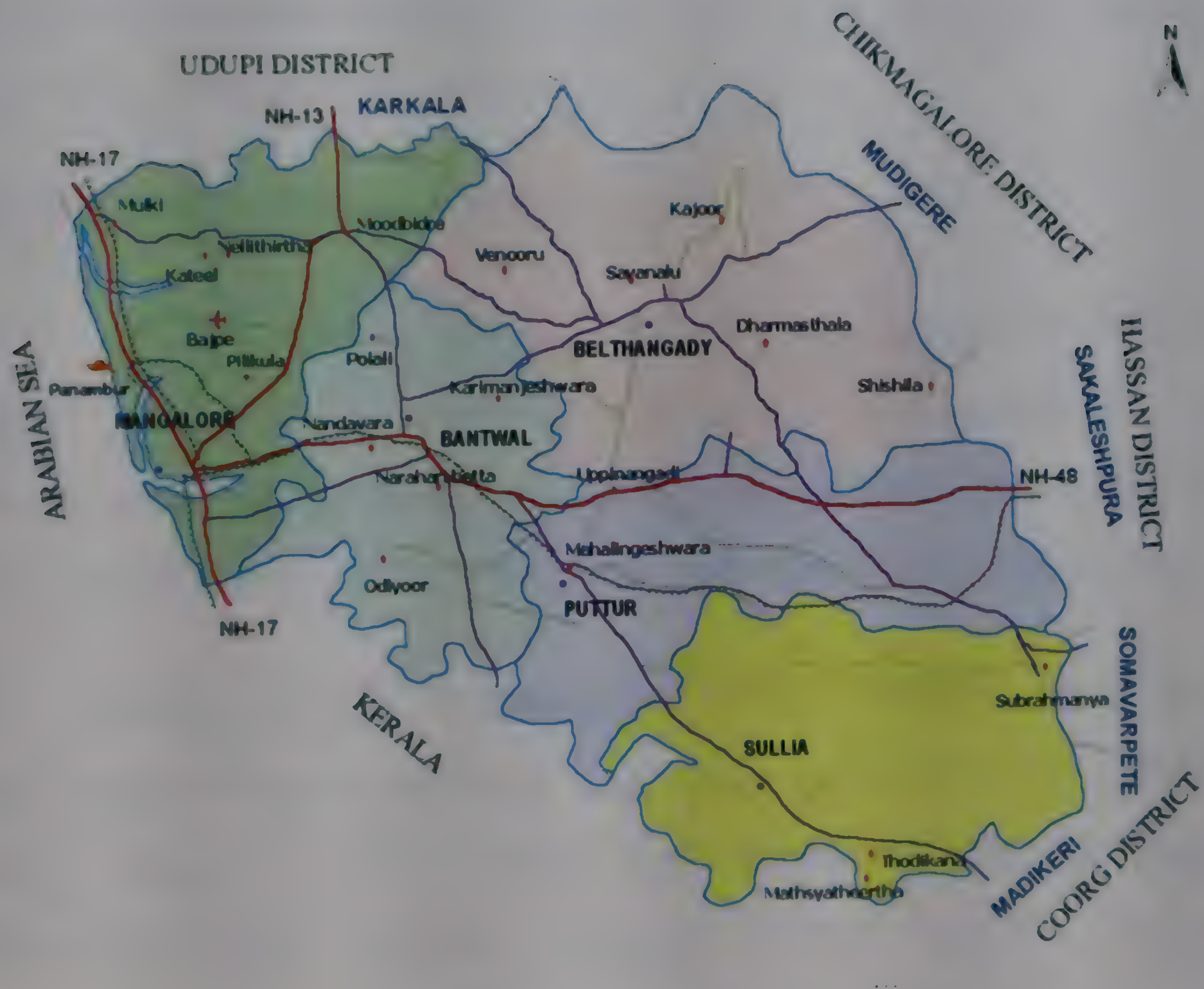
ಮಿಶನರಿಗಳ ಮೂಲಕ ವ್ಯಾಪಕ ಕ್ರಾಂತಿಗಳಾಗಿವೆ. ಅಲ್ಲದೆ ವಿಜಯನಗರ ಮತ್ತು ಟಿಪ್ಪು ಸುಲ್ತಾನ ಮುಂತಾದ ರಾಜರುಗಳ ಮೂಲಕ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಚಳುವಳಿಗಳು ನಡೆದಿವೆ. *[12]

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಂಗಳೂರು, ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ, ಪುತ್ತೂರು, ಬಂಟ್ವಾಳ, ಸುಳ್ಯ ಎಂಬ ಹೆಸರಿನ ಒಟ್ಟು 5 ತಾಲೂಕುಗಳಿದ್ದು, 177 ಕಿ. ಮೀ. ಉದ್ದ ಮತ್ತು ಕಿರಿದಾದ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ 40 ಕಿ. ಮೀ. ಅಗಲ ಮತ್ತು ವಿಶಾಲ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ 80 ಕಿ. ಮೀ. ಅಗಲವಿದೆ. ಒಟ್ಟು 18,97,730 ಜನಸಂಖ್ಯೆಯಿದ್ದು, ಪ್ರತೀ ಚದರ ಕಿ. ಮೀ. ಗೆ 389 ಜನರನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೇಂದ್ರ ಕಾರ್ಯಸ್ಥಾನ ಮಂಗಳೂರು, ಉಡುಪಿ, ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು, ಹಾಸನ, ಕಾಸರಗೋಡು ಜಿಲ್ಲೆಗಳು ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯನ್ನು ಆವರಿಸಿದೆ. *[13]

'ಪರಶುರಾಮ ಸೃಷ್ಟಿ' ಎಂದು ಪೌರಾಣಿಕ ಹೆಸರು ಹೊಂದಿರುವ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆ ಸುಮಾರು 60 ಕಿ. ಮೀ. ಕರಾವಳಿ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. 1580 ನೇ ದಶಕದಲ್ಲಿ ಈ ಪ್ರದೇಶ ವಿಜಯನಗರ ರಾಜರ ಆಡಳಿತಕ್ಕೆ ಒಳಪಟ್ಟಿತ್ತು. ತದನಂತರ ಹೈದರಾಲಿ 1773 ರ ನಂತರ ಮೈಸೂರು ರಾಜ್ಯಕ್ಕೆ ಸೇರಿಸಿಕೊಂಡನು ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಹೈದರಾಲಿಯ ನಂತರ, ಆತನ ಮಗ ಟಿಪ್ಪು ಸುಲ್ತಾನ ಈ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಆಳ್ವಿಕೆ ನಡೆಸಿದ್ದು, IV ನೇ ಆಂಗ್ಲೋ-ಮೈಸೂರು ಯುದ್ಧದ ನಂತರ ಇದು ಬ್ರಿಟೀಷರ ಅಧಿಪತ್ಯಕ್ಕೆ ಒಳಪಟ್ಟಿತು.

ಭಾರತ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯಾನಂತರ, 1956ರಲ್ಲಿ ಈ ಪ್ರದೇಶ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ಒಂದು ಅಂಗವಾಗಿ ಅಸ್ತಿತ್ವಕ್ಕೆ ಬಂದಿದ್ದು, ಸರ್ವಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ಮುನ್ನಡೆಯೊಂದಿಗೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಪಥದಲ್ಲಿ ಸಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆದರೆ 1997ರಲ್ಲಿ ಈ ಪ್ರದೇಶ ಪುನಃ ಉಡುಪಿ ಮತ್ತು ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಗಳಾಗಿ ಒಡೆದು ದಕ್ಷ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ.

ಪಶ್ಚಿಮ ಕರಾವಳಿಯ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಮಂಗಳೂರು ನಗರ ಒಂದು ಪ್ರಾತಿನಿಧ್ಯ ಹೊಂದಿದ ಪ್ರದೇಶವಾಗಿದ್ದು, ನೇತ್ರಾವತಿ ಮತ್ತು ಗುರುಪುರ ನದಿಗಳ ಸಂಗಮ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ನಗರವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಐತಿಹಾಸಿಕ ದಿನಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಅನಾದಿಕಾಲದಿಂದಲೂ ಈ ನಗರಕ್ಕೆ ವಾಣಿಜ್ಯ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಅಗಾಧವಾದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಅಳುಪರು, ಕದಂಬರು ಮತ್ತು ಹೊಯ್ಸಳರು ಈ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಸಾರ್ವಭೌಮತ್ವತೆಯನ್ನು ಮೆರೆದಿದ್ದರು.



ದಕ್ಷಿಣಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆ

ಹನ್ನೊಂದನೆಯ ಶತಮಾನದ ನಂತರ ಇದು ವಿಜಯನಗರದ ರಾಜರೊಂದಿಗೆ, ಪೋರ್ಚುಗೀಸರಿಗೂ ಕೂಡ ವ್ಯಾಪಾರದ ಬಾಗಿಲಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿತು. ಸರಕುಗಳು, ಯಂತ್ರೋಪಕರಣ ಸಾಮಾಗ್ರಿಗಳು, ಅಶ್ವಗಳು ಹಾಗೂ ಸಂಬಾರ ಪದಾರ್ಥಗಳ ಆಮದು ಮತ್ತು ರಫ್ತು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಈ ನಗರದ ಬಂದರಿನಿಂದ ನಡೆಯುತ್ತಿತ್ತು. ತಾಳಿಕೋಟ ಕದನದ ನಂತರ ಕೆಳದಿ ಅರಸು ಮನೆತನ, ವಿಜಯನಗರ ಅರಸರಿಂದ ಮಂಗಳೂರನ್ನು ವಶಪಡಿಸಿಕೊಂಡಿತು. 1858 ರ ದಶಕದಲ್ಲಿ ಪೋರ್ಚುಗೀಸರು ಮಂಗಳೂರನ್ನು ವಶಪಡಿಸಿಕೊಂಡರು. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆ, ತನ್ನದೇ ಆದ ವಾಣಿಜ್ಯ ಇತಿಹಾಸವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿತ್ತು. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಈಗಲೂ ಮಂಗಳೂರು ಒಂದು ಕೇಂದ್ರ ಬಿಂದುವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ.

3.6. ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸಮಾಜ – ಸಂಸ್ಕೃತಿ :

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ತವರೂರಾಗಿದ್ದು, ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಶ್ರೀಮಂತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ಹೆಸರುವಾಸಿಯಾಗಿದೆ. ಕನ್ನಡ ಇಲ್ಲಿನ ಆಡಲಿತ ಭಾಷೆಯಾಗಿದ್ದು, ತುಳು, ಕೊಂಕಣಿ ಹಾಗೂ ಬ್ಯಾರಿ ಭಾಷೆಗಳು ಜನರ ಮುಖ್ಯ ಆಡು ಭಾಷೆಗಳಾಗಿ ಪ್ರಚಲಿತದಲ್ಲಿವೆ. ಆದರೆ ತುಳು ಭಾಷೆಯೂ ಎಲ್ಲಾ ವರ್ಗದ ಜನರಿಗೆ ಆಡು ಭಾಷೆಯಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲ್ಪಡುತ್ತಿದೆ.

'ಭೂತಾರಾಧನೆ' ಮತ್ತು 'ನಾಗಾರಾಧನೆ' ನಂಬಿಕೆಗಳು ಹಿಂದೂಗಳಲ್ಲಿ ಅಲ್ಲದೆ ಕ್ರಿಶ್ಚಿಯನ್ ಮತ್ತು ಮುಸ್ಲಿಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಬೇರೂರಿದ್ದು, ಸುನ್ನಿ, ಸೂಫಿ, ಕ್ಯಾಥೊಲಿಕ್ಸ್ ಬಾಸೆಲ್ ಮಿಷನರಿಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಪಂಥಗಳು ಇಲ್ಲಿ ಕಾಣ ಸಿಗುತ್ತಿವೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ದ.ಕ. ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಿಂದ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಕೈಗಾರಿಕಾ ಕ್ಷೇತ್ರವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿವೆ. ಆಧುನಿಕ ಪಾಶ್ಚಿಮಾತ್ಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ತೀವ್ರವಾದ ಪ್ರಭಾವದಿಂದಾಗಿ ಇಲ್ಲಿನ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ನಂಬಿಕೆಗಳು ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ರೂಢಿ ಸಂಪ್ರದಾಯಗಳು ಬದಲಾವಣೆಯ ಅಂಚಿನಲ್ಲಿದೆ.

ಆದರೆ ಮಾನವ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಸೂಚಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿದಾಗ ಇತರ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಿಗಿಂತ ಉನ್ನತಮಟ್ಟದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಸೂಚ್ಯಾಂಕಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಕನಿಷ್ಠ ಶಿಶು ಮರಣ ಪ್ರಮಾಣ, ಜೀವನ ಮಟ್ಟದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಗರಿಷ್ಠ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

3.7. ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆ- ಭೂಪ್ರದೇಶ :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು ವಿಸ್ತೀರ್ಣ 4,770 ಚ.ಕಿ.ಮೀಗಳಾಗಿದ್ದು, ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಬಂಟ್ವಾಳ ತಾಲೂಕು 735 ಚ.ಕಿ.ಮೀ ಮಂಗಳೂರು ತಾಲೂಕು 834 ಚ.ಕಿ.ಮೀ, ಪುತ್ತೂರು 1000 ಚ.ಕಿ.ಮೀ ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಯ ತಾಲೂಕು 824 ಚ.ಕಿ.ಮೀ ವಿಸ್ತೀರ್ಣವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

3.8. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು ಜನಸಂಖ್ಯೆ :

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 18,97,730 ಜನಸಂಖ್ಯೆಯಿದ್ದು ಅವುಗಳಲ್ಲಿ 9,38,434 ಗಂಡಸರು ಮತ್ತು 9,59,296 ಹೆಂಗಸರು ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ತಖ್ತೆಯಲ್ಲಿ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯ ಬಗ್ಗೆ ವಿವರವಾದ ಅಂಕೆ ಅಂಶಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.3

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಒಟ್ಟು ಜನಸಂಖ್ಯೆ

ಕ್ರಸಂ.	ವಿಷಯ	ಪ್ರಮಾಣ
1	ಗಂಡಸರು	9,38,434
2	ಹೆಂಗಸರು	9,59,296
3	ಒಟ್ಟು	18,97,730
4	ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಗಂಡಸರು	5,74,657
5	ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಹೆಂಗಸರು	5,93,771
6	ಒಟ್ಟು ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನಸಂಖ್ಯೆ	11,68,428
7	ನಗರ ಪ್ರದೇಶದ ಗಂಡಸರು	3,63,777
8	ನಗರ ಪ್ರದೇಶದ ಹೆಂಗಸರು	3,65,525
9	ಒಟ್ಟು ನಗರ ಜನಸಂಖ್ಯೆ	7,29,302

ಮೂಲ: D.K. district at a glance- 2008-09.

3.9. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಜನ ಸಾಂದ್ರತೆ :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸರಾಸರಿ ಜನಸಾಂದ್ರತೆ ಪ್ರತಿ ಚದರ ಕಿ.ಮೀಗೆ 416 ಆಗಿದೆ. ಪ್ರತಿ ತಾಲೂಕಿನ ಜನಸಾಂದ್ರತೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಮಂಗಳೂರು ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಜನಸಾಂದ್ರತೆಯಿದ್ದು ಪ್ರತಿ ಚ.ಕಿ.ಮೀಗೆ 1,048 ಆಗಿದೆ. ಬಂಟ್ವಾಳ 492, ಪುತ್ತೂರು 267, ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ 179, ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಯ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಜನಸಾಂದ್ರತೆ ಅಂದರೆ ಸರಾಸರಿ ಚದರ ಕಿ.ಮೀಗೆ 120 ಆಗಿದೆ.

3.10. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಲಿಂಗಾನುಪಾತ :

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಲಿಂಗಾನುಪಾತವನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಪ್ರತಿ 1000 ಗಂಡಸರಿಗೆ 1022 ಹೆಂಗಸರು ಎಂದು ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ತಾಲೂಕು ಪ್ರಕಾರ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ 1032, ಮಂಗಳೂರು 1031, ಬಂಟ್ವಾಳ 1024 ಪುತ್ತೂರು 1004, ಸುಳ್ಯ 983 ಆಗಿದೆ.*14

3.11. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಪ್ರಮಾಣ :

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ಸಾಕ್ಷರತೆ ಪ್ರಮಾಣ 79.7% ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಗಂಡಸರು 87.1% ಮತ್ತು ಹೆಂಗಸರು 72.7%ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಪ್ರಮಾಣದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತೃತವಾಗಿ ಕೊಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.4

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಪ್ರಮಾಣ

	ಗಂಡಸರು	ಹೆಂಗಸರು	ಒಟ್ಟು
ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶ	87.1%	72.75	79.7%
ನಗರ ಪ್ರದೇಶ	93.8%	84.5%	89.1%
ಒಟ್ಟು (ಸರಾಸರಿ)	89.7%	77.2%	83.4%

ಮೂಲ: ದ.ಕ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ನೋಟ- 2008-09.

3.12. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣ :

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕರಾವಳಿ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿರುವ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ, ಪ್ರತಿ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಜೂನ್ ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ಸೆಪ್ಟಂಬರ್ ತಿಂಗಳುಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಮಳೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯ ವಾತಾವರಣದಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 110 ದಿವಸ ಮಳೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಇಲ್ಲಿ 3,343 ಮಿ.ಮೀ ಮಳೆಯಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 36 ವೃಷಿಮಾಪನ ಕೇಂದ್ರಗಳಿದ್ದು, 34 ಕೇಂದ್ರಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು 2 ಕೇಂದ್ರಗಳು ಸ್ಥಗಿತಗೊಂಡಿದೆ. ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ವಾಸ್ತವಿಕ ಮಳೆಯಾಗುತ್ತಿದ್ದು 4044ಮಿ.ಮಿ. ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ. ತದನಂತರದ ಸರದಿಯಲ್ಲಿ ಬಂಟ್ವಾಳ 3,683 ಮಿ.ಮೀ, ಸುಳ್ಯ 3199 ಮಿ.ಮೀ, ಪುತ್ತೂರು 3127 ಮಿ.ಮೀ ಮತ್ತು ಅತೀ ಕನಿಷ್ಠ ಮಂಗಳೂರು 2661 ಮಿ.ಮೀ ಮಳೆ ಪಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಆದರೆ 10 ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಮಳೆ ವಿಧ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ 2006 ಮತ್ತು 2007ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಅನುಕ್ರಮವಾಗಿ ಸರಾಸರಿ 4090 ಮಿ.ಮೀ ಮತ್ತು 4071 ಮಿ.ಮೀ ಮಳೆಯಾಗಿದ್ದು, ಆ ನಂತರದ ಮತ್ತು ಮೊದಲಿನ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

3.13 ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ನದಿಗಳು :

ಜಿಲ್ಲೆಯ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರಮುಖ ನದಿಗಳು ಪಶ್ಚಿಮ ಘಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಹುಟ್ಟಿ ಪಶ್ಚಿಮಾಭಿಮುಖವಾಗಿ ಹರಿದು ಅರಬ್ಬೀ ಸಮುದ್ರವನ್ನು ಸೇರುತ್ತವೆ. ನೇತ್ರಾವತಿ, ಕುಮಾರಧಾರ, ಪಯಸ್ವಿನಿ, ಗುರುಪುರ, ಶಾಂಭವಿ ಈ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಸೇರಿದ್ದು, ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ, ಕಾರ್ಖಾನೆಗಳಿಗೆ ನೀರನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದಲ್ಲದೆ, ಕುಡಿಯುವ ನೀರಿನ ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಗಳಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ.

3.14. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅರಣ್ಯ ಪ್ರದೇಶ:

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 1,28,476 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ಅರಣ್ಯ ಪ್ರದೇಶ ಪಸರಿಸಿದೆ. ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ ತಾಲೂಕು ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಅಂದರೆ 49837 ಹೆಕ್ಟೇರು ಅರಣ್ಯ ಪ್ರದೇಶ ಹೊಂದಿದ್ದು

ಮಂಗಳೂರು ತಾಲೂಕು ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಅಂದರೆ 2902 ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಅರಣ್ಯ ಪ್ರದೇಶ ಹೊಂದಿದ ತಾಲೂಕು ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಅರಣ್ಯ ಸಂಪತ್ತು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೇರಳವಾಗಿದ್ದು, ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಿಗೆ ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ಔಷಧೀಯ ಉದ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಪೂರಕವಾದ ಕಚ್ಚಾವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಬೀಟೆ, ತೇಗ, ಶಿವಾನಿ ಗಂಧಗರಿಕೆ, ಬಣಪು, ಶ್ರೀಗಂಧ, ಹೆಬ್ಬಲಸು, ಹೊನ್ನೆ, ಚಿರುವೆ, ಅಂಡಿಪುನಾರು, ನಾಗಸಂಪಿಗೆ, ರಕ್ತಹೊನ್ನೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಮರಗಳು ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಿಗೆ, ಕುಶಲಕರ್ಮಿಗಳಿಗೆ ಹಾಗೂ ಗುಡಿಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಕಚ್ಚಾವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಬಿದಿರುಗಳು ಮತ್ತು ಬೆತ್ತದ ಬಳ್ಳಿಗಳು ಬುಟ್ಟಿ, ಮತ್ತು ಪೀಠೋಪಕರಣಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುವ ಗುಡಿಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಿಗೆ ವಿಪುಲವಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ.

ಕಾಡುತ್ಪತ್ತಿ ಬೆಳೆಗಳು ಸಂಬಾರ ಪದಾರ್ಥಗಳು, ನೆಲ್ಲಿಕಾಯಿ ಯಾ ಅಮಲಕ, ನೇರಳೆ, ಅತ್ತಿಮರ, ಇರ್ಪು ಹೆಬ್ಬಲಸು ಇತ್ಯಾದಿ ಜಾತಿಯ ಮರಗಳು ಔಷಧೀಯ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದರಿಂದ ಔಷಧಿ ತಯಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗ ಆಗುತ್ತಿದೆ.

3.15. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಭೂಮಿಯ ಬಳಕೆ :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆ ಒಟ್ಟು 4,77,149 ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಷ್ಟು ಭೂಪ್ರದೇಶ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಅವುಗಳಲ್ಲಿ 63790 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳು ಕೃಷಿಯೇತರ ಭೂಮಿಯಾಗಿದ್ದು 59063 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳು ಬಂಜರು ಭೂಮಿಯಾಗಿದೆ. ಉಳಿದ ಸಾಗುವಳಿ ಮಾಡದಿರುವ 82409 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ, 31297 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳು ಸಾಗುವಳಿಗೆ ಯೋಗ್ಯವಾದ ಬಂಜರು ಭೂಮಿ 19150 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ಖಾಯಂ ಗೋಮಾಳವಾಗಿದ್ದು 31962 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಷ್ಟು ಭೂಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ವೃಕ್ಷ ಮತ್ತು ತೋಟಗಳು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 1,58,179 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ಬಿತ್ತನೆಯಿರುವ ಭೂ ಪ್ರದೇಶವಿದ್ದು, ಶೇಕಡಾ 27ರಷ್ಟು ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯವಸಾಯವಾಗುತ್ತಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಭೂಮಿಯ ಬಳಕೆಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.5

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಭೂಮಿಯ ಬಳಕೆ

ವಿವರಗಳು	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರು)
ಅರಣ್ಯ ಪ್ರದೇಶ	1,28,426
ವ್ಯವಸಾಯೇತರ ಭೂಮಿ	63,790
ಬಂಜರು ಭೂಮಿ	59,063
ಸಾಗುವಳಿಗೆ ಯೋಗ್ಯವಾದ ಬಂಜರು ಭೂಮಿ	31,297
ಖಾಯಂ ಗೋಮಾಳ	19,150
ವೃಕ್ಷ ಮತ್ತು ತೋಟಗಳು	82,409
ಬೀಳು ಭೂಮಿ	13,012
ಬಿತ್ತನೆ ಪ್ರದೇಶ	1,58,179
ಒಟ್ಟು ಭೌಗೋಳಿಕ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	477,149

ಮೂಲ: ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಒಂದು ನೋಟ, 2008-09.

3.16. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಪ್ರದೇಶ :

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 1,58,179 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಷ್ಟು ಬಿತ್ತನೆಯಾಗಿರುವ ಪ್ರದೇಶವಿದ್ದು ಅವುಗಳಲ್ಲಿ 57482 ಹೆಕ್ಟೇರು ಅತೀ ಸಣ್ಣ ಭೂ ಹಿಡುವಳಿ, 52036 ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಅರೆ ಮಧ್ಯಮ ಭೂ ಹಿಡುವಳಿಯಿದೆ. ಸುಮಾರು 28118 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಷ್ಟು ಮಧ್ಯಮ ಗಾತ್ರದ ಹಿಡುವಳಿಗಳು, 16204 ದೊಡ್ಡ ಗಾತ್ರದ ಹಿಡುವಳಿಗಳು ಇದು ಒಟ್ಟು 1,93,185 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯವಸಾಯ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ.

3.17. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯ ಬೆಳೆಗಳು :

ಭತ್ತ, ಅಡಿಕೆ, ತೆಂಗು, ಇಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳೆಗಳಾಗಿದ್ದು ಕಬ್ಬು, ಕೋಕೋ, ರಬ್ಬರ್ ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯಗಳು, ಏಕದಳ ಧಾನ್ಯಗಳು ಮುಂತಾದ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಭತ್ತದ ಕೃಷಿ ಒಟ್ಟು 55945 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಇತರ ಧಾನ್ಯಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟು 3,647 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು 59412 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ಧಾನ್ಯವನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಈ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಪಡೆದು ಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದು ಒಟ್ಟು 27,532 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ. 30591 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ಗೇರು ಕೃಷಿ, 16122 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ಗೇರು ಕೃಷಿಯು ಹಬ್ಬಿಕೊಂಡಿದ್ದು 3132 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ಬಾಳೆ ಕೃಷಿ, 1619 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮತ್ತು 36,962 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ಹಣ್ಣುಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಬಹಳ ಕಡಿಮೆ ಅಂದರೆ 12 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಆಹಾರೇತರ ಬೆಳೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

3.18. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಸೌಲಭ್ಯಗಳಿದ್ದು, ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಹೇರಳವಾಗಿ ಬೆಳೆದು ನಿಂತಿದೆ. ಭೂ ಸಾರಿಗೆ, ಜಲ ಸಾರಿಗೆ ಮತ್ತು ವಾಯು ಸಾರಿಗೆ ಈ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತವಾಗಿರುವುದರಿಂದ, ವಾಣಿಜ್ಯ ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಬೆಳೆಯಲು ವಿಪುಲ ಅವಕಾಶವಿದೆ.

1. ಈ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 458 ಕೈಗಾರಿಕಾ ಘಟಕಗಳಿದ್ದು, ಮಂಗಳೂರು ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ಅತಿ ಹೆಚ್ಚು ಅಂದರೆ 314 ಘಟಕಗಳು, ಬಂಟ್ವಾಳ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ 48 ಘಟಕಗಳು, ಸುಳ್ಯ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ 48 ಘಟಕಗಳು, ಪುತ್ತೂರು ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ 32 ಹಾಗೂ ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ 16 ಘಟಕಗಳು ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ.
2. ಒಟ್ಟು 34517 ಕಾರ್ಮಿಕರು ಈ ಘಟಕಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು ಅವರಲ್ಲಿ 3687 ಗಂಡಸರು ಮತ್ತು 10830 ಹೆಂಗಸರು ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಾಗಿದ್ದಾರೆ.
3. ಈ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 4 ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು 19 ಮಧ್ಯಮ ಪ್ರಮಾಣದ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಇವೆ.

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವಿಸ್ತ್ರತವಾಗಿ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಕೊಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.6

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು

ಕ್ರಸಂ.	ತಾಲೂಕು	ಒಟ್ಟು ಕೈಗಾರಿಕಾ ಘಟಕಗಳು	ಪುರುಷ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು	ಮಹಿಳಾ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು	ಒಟ್ಟು ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು
1	ಬಂಟ್ವಾಳ	48	1098	1332	2,0430
2	ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ	16	360	176	536
3	ಮಂಗಳೂರು	314	19917	7145	27062
4	ಪುತ್ತೂರು	32	1214	845	2059
5	ಸುಳ್ಯ	48	1098	1332	2430
	ಒಟ್ಟು	458	23,687	10,830	34,517

ಮೂಲ: ಕಾರ್ಖಾನೆಗಳ ಉಪನಿರ್ದೇಶಕರು, ದ.ಕ. ಮಂಗಳೂರು-ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ನೋಟ 2008-09.

3.19. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಉದ್ಯಮ :

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ವ್ಯವಹಾರ ಅತ್ಯಂತ ಮುಂದುವರಿದಿದ್ದು, ಮಂಗಳೂರು ತಾಲೂಕು, ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯದ ಕೇಂದ್ರವಾದುದರಿಂದ, ಗ್ರಾಮೀಣ, ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ, ಅಂತರ್‌ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಖಾಸಗಿ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಭದ್ರವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 339 ವಾಣಿಜ್ಯ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು 14 ಗ್ರಾಮೀಣ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಮತ್ತು 40 ಇತರ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಸೇರಿಕೊಂಡಿವೆ.

3.20. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು

ದ.ಕ.ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 114 ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಇದ್ದು, 3,31,091 ಸದಸ್ಯರುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ 347 ಹಾಲು ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಿದ್ದು 56,042 ಸದಸ್ಯರುಗಳಿಂದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. 2008-09ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ರೂ. 34,205.20 ಲಕ್ಷ ಸಾಲ ನೀಡಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಮೊತ್ತದಲ್ಲಿ ರೂ. 23943.50 ಅಲ್ಪಾವಧಿ ಸಾಲ ಮತ್ತು 10261.70 ಮಧ್ಯಮಾವಧಿ ಸಾಲ ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

3.21. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು :

ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಜನರಲ್ಲಿ ಬಹಳ ನಿಧಾನಗತಿಯಲ್ಲಿ ಜಾಗ್ರತಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಾ ಬಂದಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 12 ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿದ್ದು, ಪುತ್ತೂರಿನಲ್ಲಿ 06, ಮಂಗಳೂರಿನಲ್ಲಿ 02, ಬಂಟ್ವಾಳ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ 02 ಹಾಗೂ ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಯದಲ್ಲಿ ತಲಾ 01 ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಈ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ವಾರ್ಷಿಕ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಮೌಲ್ಯ 481.35 ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿಗಳು ವ್ಯವಹಾರದ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಮಂಗಳೂರು ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಅಂದರೆ 182.19 ಕೋಟಿ ದಾಖಲಾಗಿದ್ದು ಪುತ್ತೂರು (123.41 ಕೋಟಿ), ಬಂಟ್ವಾಳ (87.29 ಕೋಟಿ), ಸುಳ್ಯ (58.56 ಕೋಟಿ), ಮತ್ತು ಅತೀ ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ (29.90) ದಾಖಲಾಗಿದೆ.

3.22. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಾರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಂಪರ್ಕ :

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ವಾಹನಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದು, ಮಂಗಳೂರು ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ವಾಹನಗಳು ಮತ್ತು ಸುಳ್ಯ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ದಾಖಲಾಗಿವೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರಸ್ತುತ ವಾಹನಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ವಿವರವಾಗಿ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.7

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರಸ್ತುತ ವಾಹನಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯ ವಿವರ

ಕ್ರಸಂ.	ವಾಹನಗಳ ವಿಧ	ಒಟ್ಟು ವಾಹನಗಳು
1.	ಮೋಟಾರು ಸೈಕಲು	2,13,545
2.	ಕಾರುಗಳು	64,813
3.	ಅಟೋರಿಕ್ಷಾಗಳು	22,255
4	ಓಮ್ನಿ ಬಸ್	4,305
5	ಟ್ರಾಕ್ಟರ್‌ಗಳು	666
6	ಅಂಬುಲೆನ್ಸ್	162
7	ಸರಕು ಸಾಗಿಸುವ ವಾಹನಗಳು	17003
8	ಇತರ	20,000
	ಒಟ್ಟು ವಾಹನಗಳು	**3,40,360**

ಮೂಲ: ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ನೋಟ - 2008-09

3.23. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ರೈಲು ಮಾರ್ಗ ಉದ್ದಳತೆ

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 118.63 ಕಿ. ಮೀ. ಉದ್ದದ ರೈಲ್ವೇ ಮಾರ್ಗವಿದ್ದು, ಮಂಗಳೂರು ಬಂಟ್ವಾಳ ಮತ್ತು ಪುತ್ತೂರು ತಾಲೂಕಿನ ಮೂಲಕ ಹಾದು ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟು 11 ರೈಲ್ವೆ ನಿಲ್ದಾಣಗಳಿದ್ದು, ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ ತಾಲೂಕು ರೈಲು ಮಾರ್ಗದ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಿಲ್ಲವಾಗಿದೆ.

3.24. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ರಸ್ತೆ ಮಾರ್ಗ ಉದ್ದಳತೆ :

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 10816.37 ಕಿ. ಮೀ. ಉದ್ದದ ರಸ್ತೆಗಳಿದ್ದು, ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ರಸ್ತೆಗಳ ಸಂಪೂರ್ಣ ವಿವರ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.8

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ರಸ್ತೆ ಮಾರ್ಗ

ರಸ್ತೆಗಳ ವಿಧಗಳು	ಉದ್ದಳತೆ (ಕಿ. ಮೀ)
ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಹೆದ್ದಾರಿ	172.00
ರಾಜ್ಯದ ಹೆದ್ದಾರಿ	596.25
ಮುಖ್ಯ ಜಿಲ್ಲೆ ರಸ್ತೆಗಳು	701.99
ನಗರ ಪಾಲಿಕೆ ರಸ್ತೆಗಳು	1320.90
ನೀರಾವರಿ ಇಲಾಖೆ ರಸ್ತೆಗಳು	19.35
ಅರಣ್ಯ ರಸ್ತೆಗಳು	48.99
ಪಂಚಾಯತ್ ರಸ್ತೆಗಳು	7914.89
ಮೀನುಗಾರಿಕಾ ಇಲಾಖೆ ರಸ್ತೆಗಳು	42.00
ಒಟ್ಟು	**10816.37**

ಮೂಲ: ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ನೋಟ - 2008-09.

3.25. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿದ್ದು, ದೇಶ ವಿದೇಶಗಳ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಇಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಸಂಗ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಪ್ರಾಥಮಿಕ, ಮಾಧ್ಯಮಿಕ ಹಾಗೂ ಪ್ರೌಢ ಶಿಕ್ಷಣ, ಪದವಿ ಪೂರ್ವ, ಪದವಿ, ವೈದ್ಯಕೀಯ ತಾಂತ್ರಿಕ ಇತ್ಯಾದಿ ಎಲ್ಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿನ ವಿದ್ಯಾಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಶಿಕ್ಷಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳಲ್ಲಿನ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳ ಒಂದು ಪಕ್ಷಿ ನೋಟವನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಕೊಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.9

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳ ಒಂದು ಪಕ್ಷಿ ನೋಟ.

ಕ್ರ ಸಂ.	ವಿದ್ಯಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು	ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ	ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು	ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿನಿಯರು	ಒಟ್ಟು
1.	ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಶಾಲೆಗಳು	1374	123837	116585	240422
2.	ಪ್ರೌಢ ಶಾಲೆಗಳು	415	52162	51102	103264
3.	ಪದವಿ ಪೂರ್ವ ಕಾಲೇಜು	150	181160	20743	201903
4.	ಪದವಿ ಕಾಲೇಜು	150	18160	20743	38903
5.	ಪಾಲಿಟೆಕ್ನಿಕ್ ಕಾಲೇಜು	06	3626	1053	4679
6.	ಇಂಜಿನಿಯರಿಂಗ್ ಕಾಲೇಜು	09	4986	2683	7669
7.	ದಂತ ವೈದ್ಯಕೀಯ ಕಾಲೇಜು	05	717	1416	2133
8.	ಇತರ ಮೆಡಿಕಲ್ ಕಾಲೇಜು	10	2598	2999	5597
	ಒಟ್ಟು	**2119**	**3872246**	**217324**	**604570**

ಮೂಲ: ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ನೋಟ - 2008-09.

ಇಲ್ಲಿನ ಶಿಕ್ಷಣ ಕ್ಷೇತ್ರವನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಸಾಮಾನ್ಯ ಶಿಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಹುಡುಗರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದ್ದು, ಪದವಿ ಪೂರ್ವ, ಪದವಿ, ಮೆಡಿಕಲ್ ಮತ್ತು ದಂತ ವೈದ್ಯಕೀಯ ಕಾಲೇಜುಗಳಲ್ಲಿ ಹುಡುಗಿಯರ ಸಂಖ್ಯೆ ಅಧಿಕವಾಗಿದೆ.

ಮಂಗಳೂರು ತಾಲೂಕು ಅತಿ ಹೆಚ್ಚು ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಬಂಟ್ವಾಳ, ಪುತ್ತೂರು ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಯ ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಐದು ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿನ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ಕೊಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.10

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿನ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಕೇಂದ್ರಗಳು

ಕ್ರ. ಸಂ.	ತಾಲೂಕು	ಒಟ್ಟು ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಕೇಂದ್ರಗಳು
1.	ಬಂಟ್ವಾಳ	402
2.	ಪುತ್ತೂರು	343
3.	ಮಂಗಳೂರು	771
4.	ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ	293
5.	ಸುಳ್ಯ	217
	ಒಟ್ಟು	**2026**

ಮೂಲ: ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳ ಒಂದು ನೋಟ, 2008-09.

3.26. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಆರೋಗ್ಯ ಕೇಂದ್ರಗಳು :

ಮಾನವ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಸೂಚಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಕೊಡಲಾಗಿದ್ದು, ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಆರೋಗ್ಯ ರಕ್ಷಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳು ತಕ್ಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಖಾಸಗಿ ಮತ್ತು ಸರಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಈ ಸಾಮಾಜಿಕ ಆರೋಗ್ಯವನ್ನು ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾಪಾಡುತ್ತಾ ಬಂದಿದೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ಆರೋಗ್ಯ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕೊಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.11

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಆರೋಗ್ಯ ಕೇಂದ್ರಗಳು

ಕ್ರ. ಸಂ.	ಆರೋಗ್ಯ ಕೇಂದ್ರಗಳು	ಕೇಂದ್ರಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ
1.	ಅಲೋಪತಿ ಆಸ್ಪತ್ರೆಗಳು	08
2.	ಭಾರತೀಯ ವೈದ್ಯಪದ್ಧತಿ ಆಸ್ಪತ್ರೆಗಳು	09
3.	ಖಾಸಗೀ ಆಸ್ಪತ್ರೆಗಳು	118
4.	ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಆರೋಗ್ಯ ಕೇಂದ್ರಗಳು	63
5.	ಸಮುದಾಯ ಆರೋಗ್ಯ ಕೇಂದ್ರಗಳು	07
6.	ಚಿಕಿತ್ಸಾಲಯಗಳು	1041
7.	ಕುಟುಂಬ ಕಲ್ಯಾಣ ಕೇಂದ್ರಗಳು	493
8.	ಔಷಧಿ ಅಂಗಡಿಗಳು	866
9.	ರಕ್ತನಿಧಿ ಕೇಂದ್ರಗಳು	11

ಮೂಲ: ದ. ಕ. ಜಿಲ್ಲಾ.ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು 2008-09.

3.27. ಕರ್ನಾಟಕ ಮತ್ತು ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಂದು ತುಲನಾತ್ಮಕ ನೋಟ :

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.12

ಕರ್ನಾಟಕ ಮತ್ತು ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಂದು ತುಲನಾತ್ಮಕ ಪಕ್ಷಿ ನೋಟ.

ಕ್ರ. ಸಂ.	ವಿವರಗಳು	ಕರ್ನಾಟಕ	ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ
1	ಒಟ್ಟು ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಚ. ಕಿ. ಮೀ. ಗಳಲ್ಲಿ)	191791	4560
2	ಒಟ್ಟು ಜನಸಂಖ್ಯೆ	5,28,80,562	18,97,730
3	ಲಿಂಗಾನುಪಾತ (ಪ್ರತೀ 1000 ಪುರುಷರಿಗೆ)	965	1022
4	ಸಾಕ್ಷರತೆ	66.6%	83.4%

5	ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಶಾಲೆಗಳು	54529	1374
6	ಪ್ರೌಢ ಶಾಲೆಗಳು	9173	415
7	ಸರಕಾರಿ ಆರೋಗ್ಯ ಕೇಂದ್ರಗಳು	177	11
8	ತಾಲೂಕುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ	176	05
9	ಅರಣ್ಯ ಪ್ರದೇಶ (ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ)	3070	128
10	ನಿವ್ವಳ ಬಿತ್ತನೆಯಾದ ಪ್ರದೇಶ (ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ)	1010	131
11	ನಿವ್ವಳ ನೀರಾವರಿ ಪ್ರದೇಶ (ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ)	2946	71
12	ಪಂಪು ಸೆಟ್ಟುಗಳ ವಿದ್ಯುದ್ದೀಕರಣ (ಸಾವಿರ)	17,14,060	61,777
13	ಒಟ್ಟು ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು	5390	393
14	ಸಹಕಾರ ಸಂಘಗಳು (ಸಂಖ್ಯೆಗಳಲ್ಲಿ)	38450	1148
15	ನ್ಯಾಯ ಬೆಲೆ ಅಂಗಡಿಗಳು (ಸಂಖ್ಯೆಗಳಲ್ಲಿ)	20336	533
16	ಅಂಚೆ ಕಚೇರಿಗಳು (ಸಂಖ್ಯೆಗಳಲ್ಲಿ)	9826	477
17	ತಲಾ ಆದಾಯ (ಚಾಲ್ತಿ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ)	21238	42338
18	ಆದಾಯ	1,15,83,408	841081

ಮೂಲ: ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ನೋಟ 2008-09.

3.28. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲಾ ಆದಾಯ:

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಆದಾಯದ ಮೂಲಗಳನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ವಿವರಣೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.13

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಆದಾಯದ ಮೂಲಗಳು

ಕ್ರಸಂ.	ಆದಾಯದ ಮೂಲ	ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ (ಲಕ್ಷ ರೂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯ (ಲಕ್ಷ ರೂ.ಗಳಲ್ಲಿ)
1.	ಕೃಷಿ	98,129	91,573
2.	ಅರಣ್ಯ	6069	5719
3.	ಮೀನುಗಾರಿಕೆ	15414	13386
4.	ಗಣಿ ಮತ್ತು ಖನಿಜ	35	31
5.	ತಯಾರಿಕೆ	1,60,835	1,25,914
6.	ನಿರ್ಮಾಣ ಕಾರ್ಯ	52943	51446
7.	ವಿದ್ಯುಚ್ಛಕ್ತಿ, ಅನಿಲ ಮತ್ತು ನೀರು ಸರಬರಾಜು	8647	3942
8.	ರೈಲ್ವೆ	4885	3927
9.	ಇತರ ರೀತಿಯ ಸಾರಿಗೆ	40647	30552
10.	ದಾಸ್ತಾನು	178	120
11.	ಸಂಪರ್ಕ	27140	24019
12.	ವ್ಯಾಪಾರ, ವಸತಿ ಮತ್ತು ಉಪಹಾರ ಗೃಹಗಳು	150989	148026
13.	ಬ್ಯಾಂಕ್, ಮತ್ತು ವಿಮೆ ಉದ್ದಿಮೆ	56865	55037
14.	ಸ್ಥಿರಾಸ್ತಿ, ವಾಸಗೃಹ ಒಡೆತನ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಸೇವೆಗಳು	42524	39337
15.	ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಆಡಳಿತ	18461	15731
16.	ಇತರ ಸೇವೆಗಳು	41232	39300
	ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ	**724,993-00**	**648,060-00**

ಮೂಲ: ದ.ಕ.ಜಿಲ್ಲಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ನೋಟ 2005-2006. (ಸ್ಥಿರ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ)

3.29. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಹೋಬಳಿಗಳು :

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರತೀ ತಾಲೂಕುಗಳನ್ನು ಆಡಳಿತಾತ್ಮಕ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಹೋಬಳಿಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ವಿವಿಧ ತಾಲೂಕುಗಳ ಹೋಬಳಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.14

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ತಾಲೂಕುಗಳು ಮತ್ತು ಹೋಬಳಿಗಳು

ಕ್ರಸಂ.	ತಾಲೂಕು	ಹೋಬಳಿ
1.	ಬಂಟ್ವಾಳ	1. ಬಂಟ್ವಾಳ 2. ಪಾಣೆಮಂಗಳೂರು 3. ವಿಟ್ಲ
2.	ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ	1. ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ 2. ಕೊಕ್ಕಡ 3. ವೇಣೂರು
3.	ಮಂಗಳೂರು	1. ಗುರುಪುರ 2. ಮಂಗಳೂರು ಎ 3. ಮಂಗಳೂರು ಬಿ 4. ಮೂಡಬಿದ್ರೆ 5. ಮುಲ್ಕಿ 6. ಸುರತ್ಕಲ್
4.	ಪುತ್ತೂರು	1. ಕಡಬ 2. ಪುತ್ತೂರು 3. ಉಪ್ಪಿನಂಗಡಿ
5.	ಸುಳ್ಯ	1. ಪಂಜ 2. ಸುಳ್ಯ

ಮೂಲ: http://kar.nic.in./dk.hobali.

3.30. ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ , ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ಒಂದು ಕಿರುನೋಟ :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ಅವಲೋಕನದ ಮೊದಲು ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ದೇಶಗಳು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನಾ ಮಟ್ಟ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಭಾರತದಿಂದ ರಫ್ತು ಅಡಿಕೆ ಆಮದು, ಕರ್ನಾರ್ಟಕದಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳ ಮೇಲೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲಿದಾಗ, ಇಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವ ಅಂಶಗಳು ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಸೈಧ್ಧಾಂತಿಕ ಹಿನ್ನಲೆಯನ್ನು ನಿರೂಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಎಂಬ ಹಿನ್ನಲೆಯಲ್ಲಿ ಮುಂದೆ ತಿಳಿಸಿದಂತೆ ಕೆಲವು ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಭಾರತವು ಪ್ರಪಂಚದಲ್ಲಿಯೇ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಸುವ್ಯವಸ್ಥಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಡೆಸುತ್ತಿರುವ ದೇಶವಾದರೂ ಇಂಡೋನೇಶೀಯಾ, ಬಾಂಗ್ಲಾದೇಶ, ಥೈಲ್ಯಾಂಡ್, ಮಾಯನ್ಮಾರ್, ಮಲೇಶೀಯಾ, ಮಾಲ್ದೀವ್ಸ್, ನೇಪಾಲ, ಶ್ರೀಲಂಕಾ ಮುಂತಾದ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತದೆ. 2008–09 ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಎಫ್.ಎ.ಒ. (FAO) ಸಂಸ್ಥೆಯ ಅಂದಾಜಿನ ಪ್ರಕಾರ, ಪ್ರಪಂಚದ ಒಟ್ಟು 7,08980 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಜಾಗತಿಕ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ 9,87,360 ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್‌ಗಳು ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಜಾಗತಿಕ ಒಟ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಭೂಮಿಯ 55% ರಷ್ಟು ಭೂ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ 57% ರಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಇಂಡೋನೇಶಿಯಾದಲ್ಲಿ ಪ್ರಪಂಚದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯ ಒಟ್ಟಾರೆ ವಿಸ್ತೀರ್ಣದ ಶೇಕಡಾ 18 ನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಶೇಕಡಾ 6 ರಷ್ಟಾಗಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಚೈನಾ ದೇಶವು ವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ ಶೇಕಡಾ 7 ರಷ್ಟಿದ್ದು, ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಶೇಕಡಾ 17 ರಷ್ಟಿದೆ. ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಲ್ದೀವ್ಸ್ ಅಗ್ರಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದು, ಇದರ ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಪ್ರತೀ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ 8,325 ಕಿ.ಗ್ರಾಂ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಚೈನಾ ದ್ವಿತೀಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದು, (2,885 ಕಿ.ಗ್ರಾಂ./ಹೆಕ್ಟೇರ್) ಭಾರತ 8ನೇ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. (1,268 ಕಿ.ಗ್ರಾಂ./ಹೆಕ್ಟೇರ್)

3.30.1. ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ಒಂದು ಪಕ್ಷಿನೋಟ :

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.15

1. ಒಟ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶ	–	7,08,980 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳು
2. ಒಟ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ	–	9,87,360 ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್
3. ಉತ್ಪಾದಕತೆ :		
• ಮಾಲ್ದೀವ್ಸ್ – ಪ್ರಥಮ ಸ್ಥಾನ	–	8,325 ಕಿ.ಗ್ರಾಂ./ಹೆಕ್ಟೇರ್.
• ಚೈನಾ – ದ್ವಿತೀಯ ಸ್ಥಾನ	–	2,885 ಕಿ.ಗ್ರಾಂ./ಹೆಕ್ಟೇರ್.
• ಭಾರತ – 8ನೇ ಸ್ಥಾನ	–	1,268 ಕಿ.ಗ್ರಾಂ./ಹೆಕ್ಟೇರ್.

ಮೂಲ: Food and Agricultural Organisation (FAO), 2008-09.

3.30.2. ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನಾ ಭೂಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ :

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಾಗುವ ವಿಸ್ತರಣೆಯನ್ನು ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಲಭಿಸಿದಂತಹ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಜಾಗತಿಕ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಭೂಪ್ರದೇಶ (ವಿಸ್ತೀರ್ಣ) ಮತ್ತು ಅಂದಾಜು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಆದಂತಹ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಆಧಾರದ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಯಬಹುದು.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.16

ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನಾ ಭೂಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ 1961 ರಿಂದ 2009

ವರ್ಷ	ಭೂಪ್ರದೇಶ (000'ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)		ವರ್ಷ	ಭೂಪ್ರದೇಶ (000'ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)
1961	300,557	214,214		1986	353,591	368,325
1962	298,082	205,239		1987	350,470	370,146
1963	301,069	210,234		1988	382,932	406,774

1944	306,223.	211,752		1919	394,032	448,705
1945	298,427	201,733		1990	404,775	452,197
1966	277,726	185,192		1991	415,208	446,158
1967	278,012	200,225		1992	423,176	456,100
1968	281,061	207,901		1993	419,091	490,152
1969	299,703	209,511		1994	429,567	507,631
1970	302,941	207,580		1995	437,324	552,555
1971	310,922	211,648		1996	451,365	566,335
1972	316,224	223,661		1997	456,014	562,314
1973	325,532	220,945		1998	468,316	593,295
1974	331,721	242,230		1999	468,316	593,295
1976	324,217	240,472		2000	468,316	593,295
1977	331,396	250, 555		2001	596,580	707,860
1978	321,738	265,912		2002	628,450	740,090
1979	331,064	270,588		2003	653.970	762.690
1980	333,283	271.277		2004	674,340	794.520
1981	342,252	291,621		2005	691,130	819,760
1982	338,497	290,417		2006	702,890	854,220
1983	351,067	327,104		2007	707,480	942,140
1984	358,099	315,358		2008	708,980	987,360
1985	336,832.	364,563				

ಮೂಲ: Food and Agricultural Organisation (FAO), 2008-09.

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ, (1961 ರಿಂದ 2009 ರ ತನಕ) ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವ ವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿದ್ದು, ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯವಾದ ಹೆಚ್ಚಳ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. 1961 ರಲ್ಲಿ ಜಾಗತಿಕ ಉತ್ಪಾದನಾ ಮಟ್ಟ 2,14,214 ಟನ್‌ಗಳಾಗಿದ್ದು, ಕೇವಲ 48 ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ 2009 ರ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆ 9,87,360 ಟನ್‌ಗಳಿಗೆ ಏರಿಕೆಯಾಗಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಆದಂತಹ ಆಧುನೀಕರಣ ಮತ್ತು ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ಇರುವಂತಹ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯಕ್ಕೆ ಸಾಕ್ಷಿಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿಯಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

3.30.3. ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ :

ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಇಂದು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಒಂದು ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪಾದನ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳು ಆಯಾಯ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿನ ತಾಂತ್ರಿಕತೆ, ಬಳಸುವಂತಹ ಹೂಡುವಳಿಗಳು ಹಾಗೂ ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಭೌಗೋಳಿಕ ಪರಿಸರವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮುಖ ದೇಶಗಳ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಹಾಗೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣದ ಬಗ್ಗೆ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 3.17

ಜಾಗತಿಕ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶಗಳು, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ (2008–09)

ಕ್ರ.ಸಂ.	ದೇಶ	ಪ್ರದೇಶ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (000'ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಕಿ.ಗ್ರಾಂ. ಗಳಲ್ಲಿ)
1	ಭಾರತ	381.10	483.14	**1,268**
2	ಇಂಡೋನೇಶಿಯಾ	1,24.96	51.88	418
3	ಚೈನಾ	52.00	150.00	**2,885**
4	ಬಾಂಗ್ಲಾದೇಶ	78.00	55.00	705
5	ಮಾಯನ್ಮಾರ್	36.00	57.00	1,583
6	ಥೈಲಾಂಡ್	16.00	27.00	1,688
7	ಮಲೇಶಿಯಾ	0.80	1.30	1,625
8	ಮಾಲ್ದೀವ್ಸ್	0.04	0.33	**8,325**
9	ನೇಪಾಲ್	2.02	3.86	1,909
10	ಶ್ರೀಲಂಕಾ	11.97	24.61	2,056
11	ಕೀನ್ಯಾ	–	0.09	----

ಮೂಲ: Food and Agricultural Organisation (FAO), 2008-09.

ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಜಾಗತಿಕ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಭಾರತ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಇಂಡೋನೇಶಿಯಾ ದ್ವಿತೀಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಭಾರತವೇ ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿದ್ದು, ಚೈನಾ ದ್ವಿತೀಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಆದರೆ ಉತ್ಪಾದಕತೆ (Productivity) ಯಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಮಾಲ್ದೀವ್ಸ್ ಅಗ್ರಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದು, ಚೈನಾ ದ್ವಿತೀಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿಯೂ, ಭಾರತ 8ನೇ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಎಂದು ಇಲ್ಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಮೂಲಕ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

3.30.4. ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ದೇಶಗಳ ಪಾಲು:

ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಈಗಾಗಲೇ ಈ ಹಿಂದಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಮುಂದೆ ತಿಳಿಸಿರುವ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು, ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಸುವ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳ ಪಾಲು ಅಥವಾ ಕೊಡುಗೆ (ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ) ಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವಿಮರ್ಶಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ– 3.18

ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ದೇಶಗಳ ಪಾಲು.

ವರ್ಷ	ಕರ್ನಾಟಕ		ಇಂಡೋನೇಶಿಯಾ		ಚೈನಾ		ಬಾಂಗ್ಲಾದೇಶ		ಮಾಯನ್ಮಾರ್		ಥೈಲಾಂಡ್		ಮಲೇಶಿಯಾ	
	A	P	A	P	A	P	A	P	A	P	A	P	A	P
1961	44.9	56.0	21.6	6.1	0.2	1.7	27.4	29.4	3.7	3.7	–	–	1.9	3.0
1971	53.8	66.6	24.1	7.0	0.4	5.8	12.8	11.0	7.9	9.0	–	–	0.8	1.4
1981	54.1	67.1	26.2	6.1	0.8	8.3	10.6	8.5	7.9	8.8	2.7	4.5	0.3	0.8
1991	52.2	52.2	23.0	5.1	6.4	24.8	8.6	5.4	6.9	7.2	2.0	2.9	0.5	0.8
2001	52.8	52.7	17.1	6.4	8.5	23.3	13.0	6.6	5.8	7.2	2.3	3.2	0.2	0.3
2002	54.2	54.4	17.0	5.7	8.1	21.9	12.3	6.8	5.5	7.4	2.5	3.3	0.1	0.1
2003	54.1	54.5	18.1	6.1	7.7	20.9	11.8	7.2	5.5	7.4	2.4	3.5	0.1	0.1
2004	54.1	55.2	17.1	5.5	7.4	18.0	11.5	6.9	5.3	7.1	2.3	3.3	0.1	0.1
2005	54.1	55.7	17.7	6.1	7.2	17.5	11.2	6.7	5.2	6.9	2.3	3.2	0.1	0.1

ಮೂಲ: Food and Agricultural Organisation (FAO) ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು, 2008-09.

ಗಮನ : A – Area ಅಥವಾ ಭೂಪ್ರದೇಶ.

P – Production ಅಥವಾ ಉತ್ಪಾದನೆ.

3.30.5. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ – ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶಗಳ ರಾಜ್ಯವಾರು ವಿಂಗಡನೆ :

ಈಗಾಗಲೇ ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಕೊಂಡಂತೆ, ಭಾರತ ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲೇ ಅಡಿಕೆಗೆ ಅಗ್ರಸ್ಥಾನವನ್ನು ಕೊಟ್ಟು, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿರುವ ರಾಷ್ಟ್ರ ಲಾಗಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ವಿಮರ್ಶಿಸಿದಾಗ ಕೆಲವು ರಾಜ್ಯಗಳು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿವೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ಭಾರತದ ವಿವಿಧ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಒಂದು ಪಕ್ಷಿನೋಟವನ್ನು ಬೀರುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ–3.19

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶಗಳ ರಾಜ್ಯವಾರು ವಿಂಗಡನೆ (2008-09)

ಕ್ರಸಂ.	ರಾಜ್ಯ	ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶ (ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಒಟ್ಟು ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಪಾಲು (%)	ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ	ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಪಾಲು (%)
1	ಅಸ್ಸಾಂ	71.0	17.89	65.0	11.63
2	ಗೋವಾ	1.7	0.42	2.6	0.451
3	ಕರ್ನಾಟಕ	168.6	42.34	224.0	40.06
4	ಕೇರಳ	102.1	25.74	110.0	19.67
5	ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರ	2.3	0.58	3.6	0.65
6	ಮೇಘಾಲಯ	12.0	3.00	16.6	2.96
7	ಮಿಜೋರಾಂ	2.0	0.50	5.3	0.96
8	ನಾಗಾಲ್ಯಾಂಡ್	0.2	0.06	1.3	0.23
9	ತಮಿಳುನಾಡು	5.5	1.39	11.9	2.12
10	ತ್ರಿಪುರ	3.4	0.86	6.9	1.23
11	ಪಶ್ಚಿಮ ಬಂಗಾಳ	24.4	6.15	106.1	18.98
12	ಅಂಡಮಾನ್ ಮತ್ತು ನಿಕೋಬಾರ್	4.1	1.03	5.8	1.03
13	ಪಾಂಡಿಚೇರಿ	0.1	0.02	0.1	0.01

ಮೂಲ: D and E , Delhi , ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು, 2008-09.

ಲಭಿಸಿದಂತಹ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಕೇರಳ ದ್ವಿತೀಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಭೂಪ್ರದೇಶಗಳು ಕೂಡ ಇದೇ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ.

3.30.6. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಪ್ರವೃತ್ತಿ :

ಭಾರತದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯತ್ತ ದೃಷ್ಟಿ ಹಾಯಿಸಿದಾಗ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಊರ್ಜಿತಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ. ಏರುಪೇರಾಗುತ್ತಿದ್ದರೂ, ವಾರ್ಷಿಕ ಸರಾಸರಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 3.20

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಪ್ರವೃತ್ತಿ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ವರ್ಷ	ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್)	ಸಾಮಾನ್ಯ ಬೆಲೆ (ರೂ./ಕಿ.ಗ್ರಾಂ.)
1	1956–57	75,000	2.90
2	1960–61	96,000	4.59
3	1965–66	1,07,000	5.73
4	1975–76	1,60,000	7.10
5	1980–81	1,91,000	15.80
6	1985–86	2,16,000	22.70
7	1990–91	2,39,000	39.60
8	1999–2000	3,34,000	131.81
9	2000–01	3,10,000	78.86
10	2001–02	4,03,000	47.02
11	2002–03	4,15,000	48.04
12	2003–04	4,39,200	61.72
13	2004–05	4,56,300	57.51
14	2005–06	4,83,100	55.14
15	2006–07	5,59,200	70.15
16	2007–08	5,87,760	75.20
17	2008–09	6,12,300	79.45

ಮೂಲ: DGCIS ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು, 2008–2009.

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುತ್ತಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. 1956ರಲ್ಲಿ 75,000 ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾಗುತ್ತಿದ್ದು, 2007–08 ರ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 6,12,300 ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್‌ಗಳಿಗೆ ಏರಿತು.

ಅದೇ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಏರಿಕೆಯಾಗಿರುವುದು ಈ ಕೋಷ್ಟಕದ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಯಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. 1950ರ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 'ಮಂಗಳೂರು ಸುಫಾರಿ' ಯ ಸಗಟು ಬೆಲೆ ರೂ. 2,600/ ಟನ್ ಆಗಿದ್ದು, 1971ನೇ ಇಸವಿಯಲ್ಲಿ ರೂ. 4600/ ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿತು. 1973 ರಲ್ಲಿ ಮತ್ತೆ 4,250ಕ್ಕೆ ಇಳಿಯಿತು. ಆದರೆ ಕ್ಯಾಂಫ್ಕೋ ಬಂದ ನಂತರ 1980ರಲ್ಲಿ ರೂ. 15,087/ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿದ್ದು, 1987ರಲ್ಲಿ ರೂ. 17,000/ಟನ್, 1989–90ರಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ರೂ. 16,760/ಟನ್ ಆಗಿದ್ದು, 1990–91ಕ್ಕೆ ಆಗುವಾಗ ರೂ. 62,500/ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿತು. ಕೇವಲ ಒಂದು ವರ್ಷದಲ್ಲಿ 372.9% ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಯಿತು. ಅದೇ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ರೂ. 71,000/ಟನ್ ಆದ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳೂ ಇದೆ. ಆದರೆ 1993ಕ್ಕೆ ಆಗುವಾಗ ರೂ.33,000/ಟನ್ ಗೆ ಇಳಿದಿದ್ದು, ಮತ್ತೆ 1999–2000ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ಒಂದು ದಾಖಲೆ ನಿರ್ಮಾಣವಾಯಿತು. (ರೂ.1,80,000/ಟನ್) ಆದರೆ 2000ನೇ ಇಸವಿಯ ಅಕ್ಟೋಬರಿನಲ್ಲಿ ಮತ್ತೆ ರೂ. 60,000/ಟನ್‌ಗೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆ ಇಳಿದಿದ್ದು, ಆ ನಂತರ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಆವರ್ತಗಳು ಆಗುತ್ತಿದ್ದು, ನಿಧಾನವಾಗಿ ಚೇತರಿಸುತ್ತಿದೆ.

3.30.7. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರವೃತ್ತಿ :

ಭಾರತವು ಜಾಗತಿಕ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ದೇಶವಾಗಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದು ಮತ್ತು ರಫ್ತು ಚಟುವಟಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ಭಾಗವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಇದಲ್ಲದೆ, ಇಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದಂತಹ ಅಡಿಕೆಗೆ ತಾಯ್ನಾಡಿನಲ್ಲಿಯೇ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಬೇಡಿಕೆಯಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯು ಭಾರತದ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಬಹುತೇಕ ಪಾಲು (98.9%) ಭಾರತದಲ್ಲಿಯೇ ಅನುಭೋಗವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಳಗೊಂಡು, ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆ ಗಣನೀಯ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುತ್ತಿದೆ. 1950 ರಿಂದ 2008 ರ ವರೆಗಿನ ಈ ಕಾಲಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ

ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾದ ಭೂಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿನ ಗತಿಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 3.21

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರವೃತ್ತಿ

ಕ್ರಸಂ.	ವರ್ಷ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆಟ್ರಕ್ ಟನ್)
1	1950–51	1,05,000	73,000
2	1960–61	1,13,000	96,000
3	1970–71	1,67,000	1,41,000
4	1980–81	1,85,000	1,91,000
5	1990–91	2,17,010	2,38,510
6	2000–01	2,70,000	3,10,000
7	2002–03	3,54,300	4,15,400
8	2003–04	3,65,000	4,39,200
9	2004–05	3,74,000	4,56,300
10	2005–06	3,81,100	4,83,100
11	2006–07	3,96,800	5,59,200

ಮೂಲ: E & S ನವದೆಹಲಿ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು 2008–2009.

3.30.8. ಭಾರತ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದು:

ಭಾರತವು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಅಗ್ರಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದರೂ ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯಾಪಾರದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ಹಿನ್ನಲೆಯಲ್ಲಿ ಇದು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಆಮದು ಮತ್ತು ರಫ್ತು ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಪ್ರಪಂಚದ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ದೇಶಗಳು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದು, ರಿಕಾಡೋರವರ ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯಾಪಾರ ಸಿದ್ಧಾಂತದಂತೆ, ಕೆಲವೊಂದು ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ಕಡಿಮೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಲಾಭದಾಯಕತೆಯ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಯಿರುವ ದೇಶಗಳಿಂದ ಮತ್ತು ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ವ್ಯಾಪಾರ ನಿರ್ಬಂಧ ಹಾಗೂ ತೆರಿಗೆ ಇರುವಂತಹ ದೇಶಗಳಿಂದ ಭಾರತವು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಆಮದು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಲಭಿಸಿದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಭಾರತಕ್ಕೆ ಆಮದು ಆಗುವಂತಹ ಅಡಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 3.22

ಭಾರತಕ್ಕೆ ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದು

ಕ್ರಸಂ.	ವರ್ಷ	ಪ್ರಮಾಣ (ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್)	ಮೌಲ್ಯ (ರೂ. ಲಕ್ಷಗಳು)
1	1947	36762	308.2
2	1951	45397	466.0
3	1956	39879	543.9
4	1961	10041	45.3
5	1971	90	0.6
6	1995	5091	946.7
7	2001	29350	8554.6
8	2005	32124	4395.3
9	2006	53275	7228.1
10	2007	76678	11065.0

ಮೂಲ: DGCIS ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು, 2008–2009.

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ, ಭಾರತಕ್ಕೆ ಅಡಿಕೆ ಆಮದಿನ ಪ್ರಮಾಣ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಪಾಕಿಸ್ತಾನ, ಬಾಂಗ್ಲಾದೇಶ, ಭೂತಾನ್, ಜರ್ಮನಿ, ಥೈಲ್ಯಾಂಡ್, ಭಾರತ, ಮಲೇಶಿಯಾ, ಕೇನ್ಯ, ನೇಪಾಳ ಮುಂತಾದ ದೇಶಗಳು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಆಮದು ಮಾಡುತ್ತಿವೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಕಿಸ್ತಾನ, ಬಾಂಗ್ಲಾದೇಶ ಮತ್ತು ನೇಪಾಳ ಬೃಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಆಮದು ಮಾಡುತ್ತಿವೆ.

3.30.9.ಭಾರತ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆಯ ರಫ್ತು :

ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ರಫ್ತು ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ವಿಮರ್ಶಿಸಿದಾಗ, ಇಂಡೋನೇಶಿಯಾ ಅಗ್ರಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದು, ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಥೈಲಾಂಡ್ ಮತ್ತು ಮಲೇಶಿಯಾ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಿಗೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ರಫ್ತು ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಈ ರಾಷ್ಟ್ರದ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯ 60% ಅಡಿಕೆ ರಫ್ತಾಗುತ್ತದೆ. ಭಾರತವು ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ರಾಷ್ಟ್ರವಾದರೂ, ಇದು ಕೇವಲ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯ 1.10% ದಷ್ಟು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾತ್ರ ರಫ್ತು ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಹೆಚ್ಚು ಕಡಿಮೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪತ್ತಿಯಾದ ಅಡಿಕೆ ಇಲ್ಲಿಯೇ ಅನುಭೋಗವಾಗಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಭಾರತವು ಕೇವಲ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾತ್ರ ರಫ್ತು ಮಾಡದೇ, ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕೂಡ ರಫ್ತು

ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಉದಾ:- ಪಾನ್ ಮಸಾಲ, ಸುಗಂಧ ಸುಪಾರಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಇಂಗ್ಲೆಂಡ್, ಅಮೇರಿಕಾ, ವಿಯಟ್ನಾಂ, ನೇಪಾಲ, ಯು.ಎ.ಇ., ಥೈಲಾಂಡ್, ಸಿಂಗಾಪೂರ್, ಇಂಡೋನೇಶಿಯಾ, ಮಲೇಶಿಯಾ, ಆಸ್ಟ್ರೇಲಿಯಾ, ಹಾಂಗ್‌ಕಾಂಗ್, ಮೆಕ್ಸಿಕೊ, ಅಪಘಾನಿಸ್ತಾನ ಇತ್ಯಾದಿ ದೇಶಗಳಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಇದರ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ರಫ್ತಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ಭಾರತದಿಂದ ಅಡಿಕೆ ರಫ್ತಾಗುವ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.23

ಭಾರತದಿಂದ ಅಡಿಕೆಯ ರಪ್ತಿನ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯ:

ಕ್ರ.ಸಂ.	ವರ್ಷ	ಪ್ರಮಾಣ (ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್‌ಗಳು)	ಮೌಲ್ಯ (ಲಕ್ಷಗಳು)
1	1947	675	12.5
2	1951	170	7.2
3	1956	227	10.2
4	1961	123	8.6
5	1966	219	19.4
6	1971	292	27.2
7	1976	603	66.3
8	1981	579	130.6
9	1986	600	103.0
10	1995	434	354.6
11	2001	712	669.11
12	2005	3695	2066.12
13	2006	3458	2331.54
14	2007	5336	2293.00

ಮೂಲ: DGCIS ಕಲ್ಕತ್ತಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು, 2008-2009.

3.30.10. ಭಾರತದಿಂದ ವಿವಿಧ ದೇಶಗಳಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ರಪ್ತು ಆಗುವ ಪ್ರಮಾಣ :

ಈಗಾಗಲೇ ಭಾರತದಿಂದ ಅಡಿಕೆ ರಫ್ತಾಗುವ ಪ್ರಮಾಣಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಲಾಗಿದ್ದು, ವಿವಿಧ ದೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 3.24

ಭಾರತದಿಂದ ವಿವಿಧ ದೇಶಗಳಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ರಫ್ತು ಆಗುವ ಪ್ರಮಾಣ, 2009-10

ಕ್ರಸಂ.	ದೇಶ	ಮೌಲ್ಯ (ರೂ.ಗಳು)	ಪ್ರಮಾಣ (ಕಿ.ಗ್ರಾಂ)
1	ಮಲೇಶಿಯಾ	6,851,344	140,000.00
2	ನೇಪಾಳ	45,540	10,885.00
3	ದಕ್ಷಿಣ ಆಫ್ರಿಕಾ	105,139	1,700.00
4	ಜೂರ್ಡಾನ್	14,890	200.00
5	ಇಂಗ್ಲೆಂಡ್	9,669	200.00
6	ಪೋರ್ಚುಗಲ್	9,094	400.00
7	ಕೆನಡಾ	5,376	32.00
8	ಸಿಂಗಾಪುರ	4,268	140.00
9	ಪನಾಮ	1,050	21.00
		ಒಟ್ಟು	**153,578.00**

ಮೂಲ: DGCIS ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು, 2009-10.

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ (2009-10) ಮಲೇಶಿಯಾ ರಾಷ್ಟ್ರವು ಭಾರತದಿಂದ ಅತ್ಯಧಿಕ ಪ್ರಮಾಣದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಖರೀದಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಎರಡನೇ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ದಕ್ಷಿಣ ಆಫ್ರಿಕಾ ಹೊಂದಿದೆ.

3.30.11 . ಭಾರತದಿಂದ ಸುಪಾರಿ ತುಂಡುಗಳು (ಅಡಿಕೆ) ರಪ್ತಾಗುವ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯ:

ಭಾರತ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾನೆಯಲ್ಲಿ ಮುಂಚೂಣಿ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ರಫ್ತು ಮತ್ತು ಆಮದು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯು ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದು, ಭಾರತದಿಂದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸುಪಾರಿ, ಸುಗಂಧ ಸುಪಾರಿ, ಪಾನ್ ಮಸಾಲ, ತುಂಡು ಅಡಿಕೆ, ಇಡಿ ಅಡಿಕೆ ಹಾಗೂ ಅಡಿಕೆಯ ಇತರ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮುಂತಾದ ರೂಪಗಳಲ್ಲಿ ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಆದ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ರಫ್ತು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಈ ಮುಂದಿನ ಕೋಷ್ಟಕಗಳು, ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಅಡಿಕೆ ವ್ಯಾಪಾರದ ಪ್ರಮಾಣ, ಮೌಲ್ಯ ಮತ್ತು ಭಾರತದಿಂದ ಅಡಿಕೆ ರಫ್ತಾಗುವ ದಿಕ್ಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ–3.25

ಭಾರತದಿಂದ ರಫ್ತಾಗುವ ಸುಪಾರಿ ತುಂಡುಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ರಾಷ್ಟ್ರಗಳು	ಮೌಲ್ಯ (ರೂ.ಗಳಲ್ಲಿ)	ಪ್ರಮಾಣ (ಕಿ.ಗ್ರಾಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)
1	ಯು.ಕೆ. (U.K)	3,306,528	44,298.00
2	ದಕ್ಷಿಣ ಆಫ್ರಿಕಾ	1,282,202	18,205.00
3	ಮಲೇಶಿಯಾ	847,325	11,850.00
4	ಯು.ಎಸ್.ಎ.	674,120	6,305.00
5	ಅರಬ್ ದೇಶಗಳು (U.A.E)	596,150	8,900.00
6	ಕೆನಡಾ	591,193	15,331.00
7	ಹಾಂಗ್‌ಕಾಂಗ್	510,666	5,424.00
8	ಸೌದಿ ಅರಬೀ	473,777	9,670.00
9	ಶ್ರೀಲಂಕಾ	340,166	20,000.00
10	Mauritias	287,709	3,000.00
11	Trinidad	252,175	16,880.00
12	ನೇಪಾಲ	250,416	6,230.00
13	ಜರ್ಮನಿ	245,150	3,776.00
14	ಸಿಂಗಾಪುರ	216,982	11,890.00
15	ಆಸ್ಟ್ರೇಲಿಯಾ	189,723	1,950.00
16	ನ್ಯೂಜರ್‌ಲ್ಯಾಂಡ್	156,796	3,170.00

17	ಕಿನ್ಯಾ	155,396	2,290.00
18	ಫ್ರಾನ್ಸ್	84,541	1,794.00
19	ಇತರ	49,678	300.00
20	ಮಾಲ್ದಿವ್ಸ್	21,142	200.00
21	ಜಪಾನ್	19,856	460.00
22	ಬೆಳಗಾಂ	12,034	200.00
23	ಫಿಲಿಫೈನ್	9,321	100.00
	ಒಟ್ಟು	**10,573,046**	**192,223.00**

ಮೂಲ: DGCIS ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

3.30.12. ಭಾರತದಿಂದ ಇಡಿ ಅಡಿಕೆಯ ರಫ್ತಿನ ಪ್ರಮಾಣ, 2009–10.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ–3.26

ಭಾರತದಿಂದ ಇಡಿ ಅಡಿಕೆಯ ರಫ್ತಿನ ಪ್ರಮಾಣ 2009–10

ಕ್ರ.ಸಂ.	**ದೇಶ**	**ಮೌಲ್ಯ** (ರೂ.ಗಳು)	**ಪ್ರಮಾಣ** (ಕಿ.ಗ್ರಾಂ.ಗಳಲ್ಲಿ)
1	ನೇಪಾಲ	3,010,008	64,901.00
2	ಮಾಲ್ದಿವ್ಸ್	838,282	13,700.00
3	ಸಿಂಗಾಪುರ	779,580	5,100.00
4	ಆಸ್ಟ್ರೇಲಿಯಾ	688,471	8,950.00
5	ಯು.ಎ.ಇ.	648,558	12,918.00
6	ಥೈಲ್ಯಾಂಡ್	593,676	18,000.00
7	ಕಿನ್ಯಾ	471,248	18,497.00
8	ಇಂಗ್ಲಂಡ್	469,253	8,780.00
9	ಕೆನಡಾ	443,396	5,100.00

10	ಯು.ಎಸ್.ಎ.	389,791	7,759.00
11	ದ.ಆಫ್ರಿಕಾ	332,372	5,040.00
12	ಬೆಲ್ಜಿಯಂ	174,205	5,666.00
13	ಫ್ರಾನ್ಸ್	112,532	1,741.00
14	ನೆದರ್‌ಲ್ಯಾಂಡ್	98,587	1,230.00
15	ಮುಜಾಂಬಿಕ್	78,496	2,000.00
16	ಇತರ	59,592	345.00
17	ಫಿಜಿ (Fiji)	19,678	300.00
18	ಪೋರ್ಚುಗೀಸ್	14,213	400.00
19	ಉಗಾಂಡ	4,477	80.00
20	ರಷ್ಯಾ	3,396	55.00
21	ಸಿಚಲಸ್	2,285	25.00
22	ಟಾಸೇನಿಯಾ	1,885	15.00
23	ನ್ಯೂಜಿಲಂಡ್	1,815	5.00
24	ಹಾಂಗ್‌ಕಾಂಗ್	1,145	20.00
25	ಮಲೇಶಿಯಾ	455	20.00
	ಒಟ್ಟು	**9,237,396**	**180,647.00**

ಮೂಲ: DGCIS ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿ, ಅಂಕಿ-ಅಂಶಗಳು, 2009-10.

3.30.12. ಭಾರತದಿಂದ ರಫ್ತಾಗುವ ಪಾನ್ ಮಸಾಲ ಪ್ರಮಾಣ, 2009–10.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ–3.27

ಭಾರತದಿಂದ ರಫ್ತಾಗುವ ಪಾನ್ ಮಸಾಲ ಪ್ರಮಾಣ (2009–10)

ಕ್ರಸಂ.	ದೇಶ	ಮೌಲ್ಯ (ರೂ.ಗಳು)	ಪ್ರಮಾಣ (ಕಿ.ಗ್ರಾಂ.)
1	ಅರಬ್ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳು	106,324,305	252,177.00
2	ಕೇನ್ಯಾ	100,434,227	107,523.00
3	ಯು.ಎಸ್.ಎ.	42,405,724	188,464.00
4	ಇಂಗ್ಲೆಂಡ್	40638,802	165,092.00
5	ನೇಪಾಲ	32,695,170	68,818.00
6	ಸಿಂಗಾಪುರ	27,184,281	29,014.00
7	ನೆದರ್‌ಲ್ಯಾಂಡ್	15,699,347	23,152.00
8	ಮಲೇಶಿಯಾ	15,439,977	20,420.00
9	ಆಪಘಾನಿಸ್ಥಾನ	15,052,731	50,477.00
10	ಕೆನಡಾ	11,939,143	31,162.00
	ಒಟ್ಟು	**443,011,778**	**936,299.00**

ಮೂಲ: DGCIS ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿ, ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

3.30.13. ಭಾರತದಿಂದ ರಫ್ತಾಗುವ ಇತರ ರೀತಿಯ ಸುಪಾರಿ (ಅಡಿಕೆ) , 2009–10.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ–3.28

ಕ್ರ.ಸಂ.	ದೇಶ	ಮೌಲ್ಯ (ರೂ.ಗಳು)	ಪ್ರಮಾಣ (ಕಿ.ಗ್ರಾಂ.)
1	ಮಾಲ್ದಿವ್ಸ್	18,191,715	228,762.00
2	ಮಲೇಶಿಯಾ	13,147,006	244,667.00
3·	ಇಂಗ್ಲೆಂಡ್	8,659,383	154,980.00
4	ಇತರ	6,038,725	107,160.00
5	ಇಂಡೋನೇಶಿಯಾ	3,439,598	70,602.00
6	ನೇಪಾಲ	3,129,091	71,304.00
7	ಯು.ಎಸ್.ಎ.	3,040,514	22,374.00
8·	ಕುವೈಟ್	2,686,468	37,250.00
9	ಅಲ್ಜೀರಿಯಾ	1,865,991	72,094.00
10	ಸಿಂಗಾಪುರ	1,544,550	19,658.00
	ಒಟ್ಟು	**67,822,150**	**1,127,867**

ಮೂಲ: DGCIS ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿ, ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವ ಗಮನಾರ್ಹ ವಿಷಯವೇನೆಂದರೆ, ಅಡಿಕೆ ಒಂದು ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಯಾಗಿ, ಪ್ರಾಥಮಿಕ ದ್ವಿತೀಯ ಮತ್ತು ತೃತೀಯ ರಂಗಗಳಲ್ಲಿನ ಒಟ್ಟು ವ್ಯವಹಾರ ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಜಾಗತಿಕ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆಯ ಮಾಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಳಕೆದಾರರು ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆಯ ಬೇಡಿಕೆ ವೃದ್ಧಿಸುತ್ತಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ, ದೇಶೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಜಿಲ್ಲಾ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಇಂದು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಒಂದು ಸಾರ್ವತ್ರಿಕ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಪಡೆಯುತ್ತಿರುವುದು ಭವಿಷ್ಯದ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಗೆ ಭದ್ರ ಬುನಾದಿಯಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿದೆ.

3.30.14 ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ:

ಕರ್ನಾಟಕದ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಇದು ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಾಧನೆಗೆ ಕಾಳಜಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಸೂಕ್ತ ಪರಿಸರವನ್ನು ಪಡೆದಿದೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಯತ್ನಗಳೂ ನಡೆಯುತ್ತಿವೆ. ಯೋಜಿತ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಆಶ್ರಯದಲ್ಲಿ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ವಿವಿಧ ವಲಯಗಳ ಪ್ರಗತಿಗೆ, ಪ್ರಗತಿಪರ ನೀತಿಗಳನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕೆ ತಂದಿದೆ. ಈ ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ, ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯವು ಗಮನಾರ್ಹವಾದ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಿವೆ. ಕರ್ನಾಟಕವು ಪ್ರಧಾನವಾಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾಗಿದ್ದು, ಕೃಷಿಯ ಪ್ರಮುಖ ವಲಯವಾಗಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ರಾಜ್ಯಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಕರ್ನಾಟಕವು ಅತೀ ಹೆಚ್ಚಿನ ಭೂಪ್ರದೇಶವು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗವಾಗುತ್ತಿದೆ (2,13,301 ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳು). 2008–09ನೇ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆ 3,25,363 ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್‌ಗಳು ಎಂದು ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯವು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ, ರಾಜ್ಯದ ಹೆಚ್ಚು ಕಡಿಮೆ ಎಲ್ಲಾ ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಕರ್ನಾಟಕದ ಒಟ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಭೂಪ್ರದೇಶ, ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆ, ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ವಿವಿಧ ಜಿಲ್ಲೆಗಳು, ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಈ ಮುಂದಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 3.29

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪಾದನೆ, ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ , 2008–09

ಜಿಲ್ಲೆಗಳು	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದನೆ ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್	ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್
ಚಾಮರಾಜನಗರ	1642	1255	0.76
ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು	42844	56572	1.32
ದ.ಕ.	27575	49323	1.79
ಹಾಸನ	3920	4311	1.10
ಕೊಡಗು	2994	3743	1.25
ಮಂಡ್ಯ	1441	2610	1.83

ಮೈಸೂರು	1106	1473	1.33
ಉಡುಪಿ	5464	9962	1.82
ಬೆಂಗಳೂರು (ನ)	326	295	0.90
ಬೆಂಗಳೂರು (ಗ್ರಾ)	915	1267	1.38
ಚಿಕ್ಕಬಳ್ಳಾಪುರ	107	192	1.79
ಚಿತ್ರದುರ್ಗ	16928	21523	1.27
ದಾವಣಗೆರೆ	29392	40159	1.37
ಕೋಲಾರ	4	12	3.00
ರಾಮನಗರ	2227	3453	1.55
ಶಿವಮೊಗ್ಗ	37631	52781	1.40
ತುಮಕೂರು	22058	37220	2.0
ಬಾಗಲಕೋಟೆ	2	2	1.0
ಬೆಳಗಾವಿ	17	26	1.53
ಬಿಜಾಪುರ	2	3	1.50
ಧಾರವಾಡ	9	–	–
ಗದಗ	2	2	1.00
ಹಾವೇರಿ	798	1142	1.43
ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ	15801	17933	2.40
ಬಳ್ಳಾರಿ	96	104	1.08
ಒಟ್ಟು	**213301**	**325363**	

ಮೂಲ: ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು 2010.

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ, ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು ಜಿಲ್ಲೆ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಭೂಪ್ರದೇಶ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಅಗ್ರಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಶಿವಮೊಗ್ಗ ದ್ವಿತೀಯದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆ ತೃತೀಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿರುವುದು ಈಗಾಗಲೇ ಲಭಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಗಳಿಂದ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಕರ್ನಾಟಕ

ರಾಜ್ಯದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯವೂ ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

3.30.15. ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯಯನ್ನು ಪಡೆದಿದ್ದು, ಭತ್ತದ ಬೆಳೆಗಾರರು,ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಾಗಿ ತಮ್ಮನ್ನು ಪರಿವರ್ತನೆ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶ. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಒಂದು ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಮಹತ್ತರವಾದ ಸ್ಥಾನ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯು ತೃತೀಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ, ತಾಲೂಕು ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳು, ಮೇಲೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ–3.30

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ - 2008-09.

ಬೆಳೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆ.ಟನ್)	ಇಳುವರಿ (ಮೆ.ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು ವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ ಪಾಲು	ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಪಾಲು	ರಾಜ್ಯದ ಸರಾಸರಿ ಇಳುವರಿ
ಅಡಿಕೆ	27575	49323	1.79	12.93	39.34	1.53

ಮೂಲ: ಡಾ|| ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ ವರ್ಮುಡಿ, ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅತಿವೃಷ್ಟಿಯಿಂದಾಗಿ ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆ ನಾಶದ ಬಗ್ಗೆ ಸಮೀಕ್ಷೆಯೊಂದನ್ನು ನಡೆಸಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ ವರದಿ, ನವಂಬರ 25, 2010)
(ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಇಲಾಖೆ, ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ, ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು)

ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಬಿಳಿ ಅಡಿಕೆ ಒಟ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯು ಅಗ್ರಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದು, ಒಟ್ಟಾರೆ ಅಡಿಕೆ (ಬಿಳಿ ಮತ್ತು ಕೆಂಪು) ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಜಿಲ್ಲೆಯು ತೃತೀಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ.

3.30.16. ತಾಲೂಕುವಾರು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ, 2008–09

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ–3.31

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆ		
ತಾಲೂಕು	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಉತ್ಪಾದನೆ (ಟನ್)
ಮಂಗಳೂರು	1424	2612
ಬಂಟ್ವಾಳ	5416	9999
ಪುತ್ತೂರು	5472	10122
ಸುಳ್ಯ	8116	13797
ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ	7147	12793
ಒಟ್ಟು	**27,575**	**49,323**

ಮೂಲ: ಡಾ॥ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ ವರ್ಮುಡಿ, ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅತಿವೃಷ್ಟಿಯಿಂದಾಗಿ ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆ ನಾಶದ ಬಗ್ಗೆ ಸಮೀಕ್ಷೆಯೊಂದನ್ನು ನಡೆಸಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ ವರದಿ, ನವಂಬರ 25, 2010. (ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಇಲಾಖೆ, ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ, ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು)

3.30.17. ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಎಕ್ರೆ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಗೆ ತಗಲುವ ವೆಚ್ಚ (2010)

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಬಹಳ ವೇಗವಾಗಿ ವೃದ್ಧಿಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಈ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ರಂಗ ಬಹಳ ದುಬಾರಿಯಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿದ್ದು, ವಿವಿಧ ಕಾರಣಗಳಿಂದಾಗಿ (ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ) ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರು ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. (ಡಾ। ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ ವರ್ಮುಡಿ (2010) ಯವರ ಅಧ್ಯಯನದಂತೆ ಒಂದು ಎಕ್ರೆ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಿಂದ ಬರುವಂತಹ ಅಂದಾಜು ಆದಾಯ ರೂ.47,125=00 ಗಳು (2010, ನವೆಂಬರ್ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ) ಆದರೆ ಅಂದಾಜು ಖರ್ಚು ರೂ.99,985=00 ಗಳು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ-3.32

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಎಕ್ರೆ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಗೆ ತಗಲುವ ವೆಚ್ಚ (2010)

ಸಂಖ್ಯೆ	ವೆಚ್ಚದ ವಿವರ	ವೆಚ್ಚ (ರೂಪಾಯಿಗಳಲ್ಲಿ)
1	ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ವೆಚ್ಚ ರೂ. 200 x 100 (ದಿನ)	20,000-00
2	ನುರಿತ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ವೆಚ್ಚ ರೂ. 500 x 6 (ದಿನ)	3,000-00
3	ರಸಗೊಬ್ಬರ	1,660-00
4	ಹಟ್ಟಿ ಗೊಬ್ಬರ	9,000-00
5	ನೀರಾವರಿ	3,000-00
6	ಕೀಟನಾಶಕ	2,300-00
7	ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ಸಾರಿಗೆ	6,000-00
8	ಕುಟುಂಬ ಕಾರ್ಮಿಕ	7,000-00
9	ತೆರಿಗೆ ಮತ್ತಿತರ	100-00
10	ದೇಣಿಗೆ ಮತ್ತಿತರ	2,000-00
11	ಕುಟುಂಬ ನಿರ್ವಹಣೆ	45,625-00
	ಒಟ್ಟು ಖರ್ಚು	99,9850-00

ಮೂಲ: ಡಾ॥ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ ವರ್ಮುಡಿ, ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅತಿವೃಷ್ಟಿಯಿಂದಾಗಿ ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆ ನಾಶದ ಬಗ್ಗೆ ಸಮೀಕ್ಷೆಯೊಂದನ್ನು ನಡೆಸಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ ವರದಿ, ನವಂಬರ 25, 2010)

ಈಗಾಗಲೇ ಅವಲೋಕಿಸಿದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಅಡಿಕೆ ಒಂದು ವಾಣಿಜ್ಯ ಕೃಷಿಯಾಗಿ ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ದೇಶೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗುತ್ತಿವೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಬಹುತೇಕ ದೇಶಗಳು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಣೆಗೊಳಿಸುತ್ತಿವೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಪಂಚದಾದ್ಯಂತ ಅಡಿಕೆಗೆ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಗೆ ಇರುವಂತಹ ಭವಿಷ್ಯಕ್ಕೆ ಸಾಕ್ಷಿಯಾಗಿದೆ.

3.31. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಭೌಗೋಳಿಕ ಪರಿಸರದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ :

ಭಾರತದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಮೇಲೆ ದೃಷ್ಟಿಹಾಯಿಸಿದಾಗ ಅಡಿಕೆಯು ಒಂದು ಮುಖ್ಯ ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ, ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ, ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ಚಿತ್ರದುರ್ಗ, ತುಮಕೂರು, ಕಾಸರಗೋಡು, ಕಣ್ಣೂರು, ಮಲಪ್ಪುರಂ, ತ್ರಿಶೂರು, ತಿರುವನಂತಪುರಂ ಇತ್ಯಾದಿ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಭಾರತದ ಒಟ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಮತ್ತು ಕೇರಳದ ಪಾಲು ಶೇಕಡ 65 ರಷ್ಟು ಇದ್ದು, ಪ್ರಪಂಚದ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಪಾಲು ಸುಮಾರು 56 ಶೇಕಡದಷ್ಟಿದೆ ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದೆ.

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಬಹಳ ತೀವ್ರಗತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಗುತ್ತಿದೆ. ರೈತರು ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸದೆ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಮೇಲಿನ ವಿಶ್ವಾಸ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲಿನ ನಂಬಿಕೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆ, ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ಅಥವಾ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಲಭ್ಯತೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಅನೇಕ ಅಂಶಗಳು ಈ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ವಿಸ್ತರಣೆಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿದೆ.

ದಕ್ಷಿಣ ಕರ್ನಾಟಕದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಭೂಭಾಗವನ್ನು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಎರಡು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿಂಗಡಿಸಬಹುದು ಅವುಗಳೆಂದರೆ:-

3.31.1. ಮಲೆನಾಡು ಪ್ರದೇಶ (ದ.ಕ. ಉ.ಕ. ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು).

3.21.2. ಮೈದಾನ ಪ್ರದೇಶ (ಹಾಸನ, ತುಮಕೂರು, ಮಂಡ್ಯ, ಮೈಸೂರು).

3.31.1. ಮಲೆನಾಡು ಪ್ರದೇಶ :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ, ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ, ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು ಜಿಲ್ಲೆಗಳು, ಮಲೆನಾಡು ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಸೇರಿದ ಪ್ರದೇಶಗಳಾಗಿದ್ದು, ಇಲ್ಲಿ ವಾರ್ಷಿಕ ಸರಾಸರಿ 3,912 ಮಿ.ಮೀ. ಮಳೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ.*[17] ಈ ಮಲೆನಾಡು ಪ್ರದೇಶದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಒಳಪಡುವ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ, ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯ ಒಟ್ಟು ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಶೇಕಡಾ 78 ಕ್ಕಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಇದೆ ಎಂದು ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳಿಂದ ತಿಳಿಯಪಡುತ್ತದೆ. ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಅವಿಭಜಿತ ಜಿಲ್ಲೆ ಅಗ್ರಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನೇ

ಮುಖ್ಯ ಕಸುಬನ್ನಾಗಿಸಿಕೊಂಡು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಹಣ್ಣಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಗಳ ಉಪಯೋಗ ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದು, ಪಾನ್ ಬೀಡಾಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಉಪಯೋಗ ಆಗುತ್ತಿದೆ.

ಈ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯ ಉಪಯೋಗವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕೂಲಿ ಕಾರ್ಮಿಕರು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದು, ಈ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬೀಡಾಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸಿ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ವೀಳ್ಯದೆಲೆ, ಸುಣ್ಣ, ತಂಬಾಕು ಹಾಗೂ ಅಡಿಕೆಯ ತುಂಡುಗಳನ್ನು ಬೆರೆಸಿ ಬೀಡಾಗಳನ್ನು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು, ಸಣ್ಣ ಅಂಗಡಿ ಅಥವಾ ಗೂಡಂಗಡಿಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಬೆಳೆಗಾರರು, ತಾವು ಬೆಳೆದ ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯನ್ನು ಸ್ಥಳೀಯ ಬೇಡಿಕೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ, ವಾರದ ಸಂತೆಗಳ ಮೂಲಕವಾಗಿ ಅಥವಾ ಮಂಡಿಗಳ ಮೂಲಕವಾಗಿ ಪೂರೈಸುತ್ತಾರೆ.

ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯ ಪೂರೈಕೆಯು ವರ್ಷದ ಎಲ್ಲಾ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದೇ ತೆರನಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದುದರಿಂದ ಇದರ ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಕಡಿಮೆ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಲು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ನೀರು ತುಂಬಿರುವ ಹೊಂಡಗಳಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಮಡಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಶೇಖರಿಸಿಡುವ ಪದ್ಧತಿಯು ಇದೆ. ಆದರೆ ನೀರಡಿಕೆ ಇಂತಹ ದುರ್ಗಂಧವನ್ನು ಬೀರುವುದರಿಂದ, ಇವುಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸಿ ತಯಾರಿಸಿದ ಬೀಡಾಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಿರುವುದು ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ. ಅದೇ ರೀತಿ ಗುಟ್ಕಾಗಳು, ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಪಡೆಯುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ, ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯಿಂದ ತಯಾರಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಬೀಡಾ ಕೇವಲ ಮಹಿಳಾ ಕಾರ್ಮಿಕರಿಂದ ಬೇಡಿಕೆ ಪಡೆಯುತ್ತಿವೆ.

ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಗುಜರಾತ್‌ನಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಾರೆ. ಹಣ್ಣಾದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಕೊಯ್ಲು ಮಾಡಿ, ಸುಮಾರು 50 ದಿನ ಬಿಸಿಲಿನಲ್ಲಿ ಒಣಗಿಸಿ ಬಳಿಕ ಸಿಪ್ಪೆಯನ್ನು ತೆಗೆದು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಂಪಾದಿಸಬಹುದು. ಈ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಐದು ರೀತಿಯ ವರ್ಗೀಕರಣ ಮಾಡಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ ಉತ್ತಮ, ಚಾಲಿ, ಫಟೋರ, ಉಳಿಗಡ್ಡೆ ಮತ್ತು ಕರಿಗೋಟು. ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ಇರುವ ಮುಖ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳೆಂದರೆ ಗುಜರಾತು, ಹೈದರಾಬಾದು, ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶ, ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರ, ಉತ್ತರಪ್ರದೇಶ, ರಾಜಸ್ಥಾನ, ಬಿಹಾರ, ಒರಿಸ್ಸಾ, ದೆಹಲಿ, ಅಸ್ಸಾಂ, ಪಶ್ಚಿಮ ಬಂಗಾಳ ಇತ್ಯಾದಿ. ಮಂಗಳೂರು ಚಾಲಿಯ ಮುಖ್ಯ

ಗ್ರಾಹಕ ಗುಜರಾತು. ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬೀಡಾ ತಯಾರಿಸಲು ಉಪಯೋಗಿಸುವುದರೊಂದಿಗೆ ಸುಪಾರಿ, ಪಾನ್ ಮಸಾಲ ಮತ್ತು ಗುಟ್ಕಾ ತಯಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಕೊಡಲಾಗಿದೆ. ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಬೀಡಾಗಳ ತಯಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಮೂಲ ಉತ್ಪನ್ನವಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ಪಾನ್ ಬೀಡಾ ಅಂಗಡಿಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯ ದರ್ಜೆಯ ಅಂಗಡಿಗಳ ರೂಪದಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ದರ್ಜೆಯ ಹವಾನಿಯಂತ್ರಿತ ಕೊಠಡಿಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

3.31.2. ಮೈದಾನ ಪ್ರದೇಶ :

ಮೈದಾನ ಪ್ರದೇಶ ಯಾ ಬಯಲು ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ನೀರಾವರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ಮೂಲಕ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಹಾಸನ, ತುಮಕೂರು, ಮಂಡ್ಯ, ಮೈಸೂರು ಜಿಲ್ಲೆಗಳು ಮೈದಾನ ಪ್ರದೇಶದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಒಳಪಡುತ್ತದೆ.

ಈ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುವ ಅಡಿಕೆಗೆ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೇಡಿಕೆಯಿದ್ದು, ರೈತರು ಕೆಂಪಡಿಕೆಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತಾರೆ. ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ಚಿತ್ರದುರ್ಗ, ಉತ್ತರಕನ್ನಡ, ತುಮಕೂರು, ಬೆಂಗಳೂರು ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹಸಿರಡಿಕೆಯ ಸಿಪ್ಪೆ ತೆಗೆದು ವಿವಿಧ ಆಕಾರಗಳಲ್ಲಿ ಕತ್ತರಿಸಿ ಕುದಿಯುವ ನೀರಿನಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಅಡಿಕೆಯ ಚೊಗರಿನಲ್ಲಿ ಮುಳುಗಿಸಿ ಹತ್ತು ನಿಮಿಷದಿಂದ ಮೂರು ತಾಸುಗಳವರೆಗೆ ಬೇಯಿಸಬೇಕು ಬಳಿಕ ಅದನ್ನು ಒಣಗಿಸುತ್ತಾರೆ. ಎಳೆಯ ಹಸಿರು ಕಾಯಿ ಅಡಿಕೆ ಬೇಯಿಸಿದಾಗ ಅದನ್ನು "ಉಂಡೆ" ಎನ್ನಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉಂಡೆಯಲ್ಲಿ ಲಿಪಿ, ಚಿಕಣಿ ಬರ್ದಾ, ಗೋಟು, ಎಂದು ನಾಲ್ಕು ವರ್ಗಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯ ಅಡಿಕೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೇಡಿಕೆಯಿದ್ದು, ಉತ್ತರ ಕರ್ನಾಟಕ, ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರ ಮತ್ತು ಆಂಧ್ರಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೇಡಿಕೆಯಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಇಂತಹ ಕೆಂಪಡಿಕೆಯನ್ನು ಪಾನ್ ಮಸಾಲ ಮತ್ತು ಗುಟ್ಕಾ ಉದ್ದಿಮೆದಾರರು ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದು, ಇದರೊಂದಿಗೆ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನ ತಯಾರಿಕೆಗೂ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಅಡಿಕೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟ, ಗಾತ್ರ ಹಾಗೂ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನದ ನಮೂನೆಗಳು, ಭೌಗೋಳಿಕ ಪರಿಸರವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಮಲೆನಾಡು ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯಾಗಿ ಅಥವಾ ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಬಳಸಿದರೆ ಮೈದಾನ

ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬೇಯಿಸಿದ ಕೆಂಪಡಿಕೆಯ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಹೇರಳವಾಗಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಅದರಲ್ಲಿಯೂ ಸುಳ್ಯ ಮತ್ತು ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ ತಾಲೂಕುಗಳು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುದರಲ್ಲಿ ಮುಂಚೂಣಿಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿವೆ.

ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ಒಟ್ಟು ಭೂಮಿಯು 30% ರಷ್ಟು ಭೂಮಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಮತ್ತು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿದೆ. ಮೊದಲ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿ ಸುಳ್ಯ, ದ್ವಿತೀಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿ ಬಂಟ್ವಾಳ, ತೃತೀಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿ ಪುತ್ತೂರು ತಾಲೂಕು ಹಾಗೂ ಚತುರ್ಥ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿ ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ ತಾಲೂಕು ಇದೆ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕಾರ್ಕಳ ಮೊದಲ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಕುಂದಾಪುರ ದ್ವಿತೀಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ, ವಿಟ್ಲ, ಸಾಲೆತ್ತೂರು ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ಅಡಿಕೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆ ಲಭಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಗಾತ್ರ ಮತ್ತು ಗುಣದಲ್ಲಿ ಉನ್ನತ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ.

3.32. ಅಡಿಕೆ ತಳಿಗಳು ಮತ್ತು ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ :

ಅರೇಕಾ ಕಟೇಚು (Areca Catuechu) ಎಂದು ಸಸ್ಯಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಪಾರಿಭಾಷಿಕ ನಾಮಧೇಯ ಹೊಂದಿದ ಅಡಿಕೆಯ ತವರೂರು ಮಲಯಾ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ. ಮಲಯ, ಶ್ರೀಲಂಕಾ, ಇಂಡೋನೇಶಿಯಾ, ಫಿಲಿಫೈನ್ಸ್ ಮುಂತಾದ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಸ್ವಾಭಾವಿಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುವ ಒಂದು ಕಾಡು ಉತ್ಪತ್ತಿಯಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಒಂದು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದು, ಕೃಷಿಕರ ಜೀವನಾಧಾರ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುತ್ತಿದೆ. ಅಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಮೂಲತಹ ಅರೇಕಾ ಕಟೇಚು, ಅರೇಕಾ ಟ್ರೇಯಂಡ್ರ, ಲಿಪಿನೆಂಗ, ಅಲ್ಯೂಟೆಸ್ಸಸ್, ಅರೇಕಾ ನಾಗೆನ್ನೀಸ್ ಮುಂತಾದ ಪ್ರಭೇದಗಳಿವೆ. ಆದರೆ ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯವಸಾಯಕ್ಕೆ ಯೋಗ್ಯವಾದದ್ದು, ಅರೇಕಾ ಕಟೇಚು ಮಾತ್ರ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಹೇರಳವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ತನ್ನದೇ ಆದ ವಿಶಿಷ್ಠ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಇತಿಹಾಸ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಇಂದು ದೇಶದಲ್ಲಿ, ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾದ ಜೀವನಾಧಾರ ಕೃಷಿಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಪೂರ್ವದಲ್ಲಿ, ಆಂತರಿಕ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ, ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಆಗದೆ ಇದ್ದುದರಿಂದ, ದೇಶವು ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದನ್ನು ಆಗ್ನೇಯ ಏಷಿಯಾ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಿಂದ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿತ್ತು. ಆದರೆ ಈ ರೀತಿಯ ಆಮದಿನಿಂದಾಗಿ ಆಂತರಿಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದ ಅಡಿಕೆಧಾರಣೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಬಲ ಹೊಡೆತ ಬೀಳಲು

ಆರಂಭಿಸಿದಾಗ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿ ಪ್ರತಿಭಟನೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸಿದರು.*[16] ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಭಾರತ ಸರಕಾರವು 1949ರಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರೀಯ ಅಡಿಕೆ ಸಮಿತಿಯನ್ನು ರೂಪಿಸಿ, ಅಡಿಕೆ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿತ್ತು. ಇದಕ್ಕನುಗುಣವಾಗಿ, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯು ಇಂದು ದೇಶದಲ್ಲಿ, ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದೆ. ದೇಶದಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ, ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿದಾಗ, ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರಾಧಾನ್ಯತೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವುದು ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನಶೀಲ ವಿಷಯ. ಅದರಲ್ಲೂ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ, ಇಲ್ಲಿನ ಬಹುಪಾಲು ರೈತರುಗಳು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗೆ ತಲೆಬಾಗಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ. ಅಡಿಕೆಯ ಧಾರಣಾ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಬದಿಗೊತ್ತಿ ಇಂದು ಬಹುಸಂಖ್ಯೆಯ ರೈತರು ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲಿನ ಅಧ್ಯಯನದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಒಂದು ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದು, ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕನಿಷ್ಠಗೊಳಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ವಿವಿಧ ತಳಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಸಾಂಪ್ರಾದಾಯಿಕ ಮತ್ತು ಆಧುನಿಕ ತಳಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಅದನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಮೂಲಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಹೆಸರಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ತಳಿಗಳನ್ನು ರೈತರು ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

3.32.1. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ತಳಿ (ಊರಿನ ಅಡಿಕೆ):

ಈ ತಳಿಯನ್ನು ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದು, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಮತ್ತು ಕಾಸರಗೋಡು ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ, ಹಿರಿಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಈ ತಳಿಗೆ ಒಲವು ನೀಡುತ್ತಿದ್ದು, ಇದರ ಆಕಾರ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಅಡಿಕೆ ಎಂಬ ಹೆಸರು ಮತ್ತು ಹೆಗ್ಗಳಿಕೆ ಇದೆ. ಈ ಅಡಿಕೆ ಗಿಡವನ್ನು ನಾಟಿ ಮಾಡಿದ ನಂತರ ಸುಮಾರು 3–4 ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಫಸಲು ಬರಲು ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ ಅತೀ ದೀರ್ಘಕಾಲದವರೆಗೆ ಸ್ಥಿರತೆಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಫಲವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಈ ತಳಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಾರೆ.

3.32.2. ಮಂಗಳ ತಳಿ:

ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರು ಮಂಗಳ ಕೃಷಿಗೆ ತಲೆಬಾಗುತ್ತಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ. ಅತೀ ಕನಿಷ್ಠ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಅಂದರೆ ನಾಟಿ ಮಾಡಿದ 2-3 ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಇಳುವರಿ ನೀಡಲು ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಈ ತಳಿಯ ಮರಗಳು ಅವುಗಳ ನಡು ಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಈ ತಳಿಯನ್ನು ಚೀನಾದ ಬೀಜಿಂಗ್‌ನಿಂದ ತಂದು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಇದೀಗ ಊರಿನ ತಳಿಯ ಇಳುವರಿ ಕಾಲ ಮುಗಿದ ನಂತರ ಮಂಗಳ ತಳಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರು ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ ಈ ತಳಿಯ ಮರಗಳಿಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರಾಯ ಕಳೆದ ನಂತರ ಇಳುವರಿ ಕ್ಷೀಣಿಸುತ್ತದೆ.

3.32.3. ಮೋಹಿತ್‌ನಗರ ತಳಿ:

ಇದು ಪಶ್ಚಿಮ ಬಂಗಾಳದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿರುವ ತಳಿಯಾಗಿದ್ದು, ಮಂಗಳ ತಳಿಯ ನಂತರ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಇದನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿವೆ. ಇದು ಬಹಳ ಬೇಗನೆ ಇಳುವರಿ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದು, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರು ಈ ತಳಿಗೆ ಒಲವು ನೀಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

3.32.4. ತೀರ್ಥಹಳ್ಳಿ ತಳಿ:

ಈ ತಳಿಯನ್ನು ಅಧಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಮಲೆನಾಡು ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಹಸಿಯ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಕೊಯ್ಲು ಮಾಡಿ, ಸಂಸ್ಕರಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆದರೆ ಈ ತಳಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಅಪರೂಪವಾಗಿದ್ದು, ಮಲೆನಾಡು ಪ್ರದೇಶದ ಬೆಳೆಯಾಗಿದೆ.

3.32.5. ಶ್ರೀವರ್ಧನ ತಳಿ:

ಶ್ರೀವರ್ಧನ ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರದ ಕರಾವಳಿ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿರುವ ತಳಿಯಾಗಿದ್ದು, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಬಹಳ ವಿರಳವಾಗಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಇದು ಕೂಡ ಅದರಲ್ಲೇ ಆದ ರುಚಿ, ಬಣ್ಣ ಮತ್ತು ಆಕಾರ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿವೆ.

3.32.6. ಸುಮಂಗಳ ತಳಿ:

ಇದನ್ನು ಒಂದು ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಕೆಲವು ಕಡೆಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ತಳಿಯನ್ನು ಅಡಿಕೆ ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

3.32.7. ಶ್ರೀಮಂಗಳ ತಳಿ:

ಈ ತಳಿಯನ್ನು ಸಿಂಗಾಪುರ ಮೂಲದಿಂದ ಆಮದು ಮಾಡಲಾಗಿದ್ದು, ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ದೃಷ್ಠಿಯಲ್ಲಿ ಅಲ್ಪ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆದರೆ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಈ ಅಡಿಕೆ ತಳಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಕೊರತೆಯಿದ್ದು, ಬಹಳ ವಿರಳವಾಗಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

3.32.8. ಮೆಟ್ಟುಪಾಳ್ಯಂ ತಳಿ:

ಈ ತಳಿಯನ್ನು ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ವಾಣಿಜ್ಯ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ತಮಿಳುನಾಡಿನ ಕೊಯಮುತ್ತೂರು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

3.32.9. ಹೀರೇಹಳ್ಳಿ ತಳಿ:

ಈ ತಳಿಯನ್ನು ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ವಾಣಿಜ್ಯ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

3.32.10. ಸೈಗಾನ್ ತಳಿ:

ಈ ತಳಿಯನ್ನು ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದು, ಊರಿನ ತಳಿಗೆ ಬದಲಿಯಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆ ಒಂದು ಜೀವನಾಧಾರ ಕೃಷಿಯಾಗಿದ್ದುಕೊಂಡು ಬಹಳ ತೀವ್ರವಾಗಿ ವೃದ್ಧಿಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಬೆಳೆಗಾರರು, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ಲಾಭನಷ್ಟಗಳನ್ನು ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬೇಡಿಕೆ ಪೂರೈಕೆ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳದೆ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಧಾನ್ಯತೆ ಕೊಡುತ್ತಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಗಮನೀಯ ಅಂಶ. ಜಾಗತೀಕರಣ ಮತ್ತು ಖಾಸಗೀಕರಣದ ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಮಿಕರು ಪಟ್ಟಣ ಮತ್ತು ನಗರ ಪ್ರದೇಶದ ಕೃಷಿಯೇತರ ಕೆಲಸಗಳಿಗೆ ಒಲವು ನೀಡಿದ್ದರಿಂದ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಪೂರೈಕೆ ಬಹಳ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲಿಯೂ ಯುವ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಅಭಾವ ಎದ್ದು ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರು ತೀವ್ರ ಭವಣೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ತಾಂತ್ರಿಕತೆ ಇಂದು ಗಮನೀಯ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿದೆ. ಆದರೆ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯು ಒಂದು ಶ್ರಮ ಆಧಾರಿತ ಚಟುವಟಿಕೆಯಾಗಿದ್ದು, ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ

ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯನ್ನು ಬಳಸಿ ಯಂತ್ರಗಳನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸುವಂತಿಲ್ಲ. ಶಿಲೀಂದ್ರನಾಶಕ ಬೋರ್ಡಾನ್ ದ್ರಾವಣ ಸಿಂಪಡಿಕೆ, ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯ ಕೊಯಿಲು ಇತ್ಯಾದಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಇನ್ನೂ ಕೃಷಿಕರು ಮಾನವ ಶ್ರಮವನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಈ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಆವಿಷ್ಕಾರಗಳುಂಟಾಗಿ, ತಾಂತ್ರಿಕ ಉಪಕರಣಗಳು ಇಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದ್ದರೂ, ಮಾನವ ಶ್ರಮಕ್ಕೆ ಸರಿಸಾಟಿಯಿಲ್ಲ. ಇದಲ್ಲದೆ ಅಡಿಕೆ ಸುಲಿಯುವ ಯಂತ್ರಗಳು ಇದ್ದರೂ, ಅವುಗಳ ಬೆಲೆ ಬಹಳ ದುಬಾರಿಯಾಗಿದ್ದು, ಸಣ್ಣ ರೈತರುಗಳು ಅಳವಡಿಸುವಂತಿಲ್ಲ. ಇದಲ್ಲದೆ ಈ ಯಂತ್ರಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಕೆಲವೊಂದು ಕುಂದುಕೊರತೆಗಳಿವೆ. ಆದುದರಿಂದ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಕೂಲಿಯಾಳುಗಳ ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಕೂಲಿ ದರವು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರಿ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ಅಧಿಕವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇದರೊಂದಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಮರವೇರಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ನುರಿತ ಕೂಲಿಯಾಳುಗಳ ಕೊರತೆಯ ಪ್ರಮಾಣ ಅಧಿಕಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದು, ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ಔಷಧಿ ಸಿಂಪಡಣೆ, ಕೊಯ್ಲು ಇತ್ಯಾದಿ ಕಾರ್ಯಗಳಾಗದೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದು ಕೊರಗುವಂತಾಗಿದೆ. ಮಳೆಗಾಲದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಗೊಂಚಲುಗಳಿಗೆ ಔಷಧಿ ಸಿಂಪಡಿಸಲು ಯೋಗ್ಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅಭಾವವಿದ್ದು, 'ಕೊಳೆರೋಗ' ಅಥವಾ ಮಹಾಳೆ ರೋಗ ಬಂದು ಫಸಲು ನಾಶವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ತಳದಿಂದಲೇ ಔಷಧಿ ಸಿಂಪಡಿಸುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅಗತ್ಯತೆ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದೆ.

ಈ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಮತ್ತು ಕೂಲಿಯಾಳುಗಳ ಕೊರತೆಯಲ್ಲದೆ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಬಹುತೇಕ ರೈತರುಗಳಿಗೆ ರಾಸಾಯನಿಕ ಗೊಬ್ಬರ ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ಪೂರೈಕೆಯಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಇದಲ್ಲದೆ ವಿದ್ಯುತ್ ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಏರುಪೇರು, ವಿದ್ಯುತ್ ದರದ ಹೆಚ್ಚಳ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಕೊರತೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಬವಣೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೂ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯು ಈ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತರಣೆಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವುದು ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ ಶೀಲ ವಿಷಯವಾಗಿದೆ.

3.33. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯುತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ :

ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಅನುಭೋಗಗಳ ನಡುವೆ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಕಾಪಾಡಲು ಸರಕುಗಳ ವಿನಿಮಯ ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಸರಕುಗಳ ವಿನಿಮಯ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ, ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡು, ಅಂತಿಮ ಅನುಭೋಗಿಯ ಅನುಭೋಗದೊಂದಿಗೆ ಕೊನೆಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಇದು ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಿಂದ

ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವಿಕೆ, ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಂಸ್ಕರಣೆ, ವರ್ಗೀಕರಣ, ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳು ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳು ಸರಕಿನ ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯನ್ನು ಉತ್ಕೃಷ್ಟ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಇತರ ಕೈಗಾರಿಕಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅದರದೇ ಆದ ವಿಚಿತ್ರ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅವುಗಳ ಮೌಲ್ಯಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಹೆಚ್ಚು ಭಾರ ಮತ್ತು ಗಾತ್ರ ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಾಗಾಟ ದಾಸ್ತಾನು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಣೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೇಡಿಕೆಯಿದೆ. ಕೆಲವು ಕೃಷಿಯುತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಅನೇಕ ದಿನಗಳವರೆಗೆ ದಾಸ್ತಾನು ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಅಂಥಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಕ್ಷಿಪ್ರವಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಸೂಕ್ತವಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

3.34. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ :

ಭಾರತ ಪ್ರಪಂಚದಲ್ಲಿಯೇ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಯುವ ರಾಷ್ಟ್ರ. ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಕೆಲವೇ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತಿದ್ದರೂ ಅಡಿಕೆಯ ಅನುಭೋಗ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಶೇಖರಣೆಗೊಂಡು ದೇಶದ ವಿವಿಧ ಅನುಭೋಗ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಗೆ ವಿತರಣೆಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳು ತಗಲುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಮೈಗೂಡಿಸಿಕೊಂಡು, ಅಡಿಕೆ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮತ್ತು ದ್ವಿತೀಯ ಹಂತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ವಾರದಲ್ಲಿ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ದಿನದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಇವುಗಳನ್ನು ವಾರದ ಸಂತೆಗಳು ಎನ್ನಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಬೆಳೆಗಾರರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗುತ್ತವೆ. ಈ ವಾರದ ಸಂತೆಗಳು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿದಾಗ ಒಟ್ಟು ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟಿನ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುತ್ತದೆ.*[18] ಇಂತಹ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಸರಕುಗಳ ಸಂಗ್ರಹ ಮತ್ತು ವಿತರಣಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ನಡೆಯುತ್ತದೆ.

ಆದರೆ "ಅಂತಿಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ" (Terminal Market) ಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಒಂದುಗೂಡಿಸಿ, ರಾಜ್ಯದೊಳಗಿನ ಮತ್ತು ಅಂತರರಾಜ್ಯಗಳೊಳಗೆ ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ, ಅದು ವಿವಿಧ ರೂಪಗಳಲ್ಲಿ, ವಿವಿಧ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಹಣ್ಣಡಿಕೆ, ಒಣಗಿದ ಸುಲಿಯದ ಅಡಿಕೆ, ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆ, ಬೇಯಿಸಿದ ಅಡಿಕೆ, ಕತ್ತರಿಸಿದ ಅಡಿಕೆ, ಇತ್ಯಾದಿ ರೂಪಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ದೇಶದ ಒಟ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ $^1/_3$ ಭಾಗದಷ್ಟು ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯನ್ನು ಬೀಡಾ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಪಾನ್‌ಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಅನುಭೋಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ $^2/_3$ ಭಾಗದಷ್ಟು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಂಸ್ಕರಿಸಿದ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಅನುಭೋಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಕೇರಳ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ 20% ರಷ್ಟು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ, ಸ್ಥಳೀಯ ಅನುಭೋಗಕ್ಕಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅಸ್ಸಾಂ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಶೇಕಡಾ 90 ರಷ್ಟು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸ್ಥಳೀಯವಾಗಿ ಅನುಭೋಗ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ವಿಕ್ರಯಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಸುಮಾರು 60% ರಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ವಿಕ್ರಯಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರೇ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು.*[19] ಇಂತಹ ನೇರ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಲಾಭಾಂಶದ ಪ್ರಮಾಣ ಅಧಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ದಲ್ಲಾಳಿ ವರ್ತಕರಿಗೆ ಅವಕಾಶವಿರುವುದಿಲ್ಲ.

ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಶೇಕಡಾ 95ರಷ್ಟು ಭಾಗ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕರಣೆಗೊಂಡು ಮಾರಾಟವಾಗಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕರಣೆಗೊಂಡ ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕಿಲೋ ಗ್ರಾಂ. ಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ನಿರ್ಧರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅದೇ ರೀತಿ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧಾರವಾಗಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯನ್ನು ತಾಂಬೂಲದೊಂದಿಗೆ ಸೇರಿಸಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಮಾದರಿಯ ಪಾನ್ ಬೀಡಾಗಳನ್ನು ಸಮಾಜದ ಹಿರಿಯ ಪೀಳಿಗೆ ಉಪಯೋಗಿಸುವುದು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಆಧುನಿಕ ಪೀಳಿಗೆಯು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ತಂಬಾಕು ಸೇರಿಸಿದ

ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಗುಟ್ಕಾ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ಕೊಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ-3.33

ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರದೇಶ

ರಾಜ್ಯಗಳು	ಪ್ರದೇಶ (ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ)	ಶೇಕಡಾವಾರು	ಉತ್ಪಾದನೆ (ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಶೇಕಡಾವಾರು
ಅಸ್ಸಾಂ	50,300	27.27	49,800	26.01
ಕರ್ನಾಟಕ	54,300	29.14	79,200	41.38
ಕೇರಳ	62,700	33.66	53,200	27.80
ಇತರ	18,500	9.93	9,200	4.81
ಒಟ್ಟು	1,86,300	100.00	1,91,000	100.00

ಡಾ। ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ ವರ್ಮುಡಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂದು, ಇಂದು, ಮುಂದು,2001.

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ದಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನುವುದು ಉತ್ತಮ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಲಭ್ಯತೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಒಂದು ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಲಭಿಸಿದಾಗ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಬಹುದು. ಉತ್ತಮವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಲಭ್ಯತೆಯಾದಾಗ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಬಹುತೇಕ ಪಾಲು ಲಭ್ಯವಾಗಬಹುದು. ಅನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಎಡೆ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಮೌಲ್ಯದ ಬಹುತೇಕ ಪಾಲು ದಲ್ಲಾಳಿಗಳಿಗೆ ಸೇರಿ ಉತ್ಪಾದಕರು ನಷ್ಟವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಮೂಲತಃ ಅಡಿಕೆಯು ಗುಟ್ಕಾ ಮತ್ತು ವೀಳ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಇದರ ಪ್ರಮಾಣ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕೈಯಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡು ಅಂತಿಮ ಬಳಕೆದಾರನಾದ ಪಾನ್‌ವಾಲಾನಿಗೆ ತಲುಪುತ್ತದೆ. ಈ ದಾರಿಯಲ್ಲಿ ಹಲವು ರೀತಿಯ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಸೇರಿಕೊಂಡಿವೆ. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮೇಲೆ ಒಂದು ಪಕ್ಷಿನೋಟವನ್ನು

ಹಾಯಿಸಿದಾಗ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಬಹುತೇಕ ಪಾಲು ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು ತಮ್ಮ ವಶದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಇಂದು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಖಾಸಗೀ ಜಾಲದಲ್ಲಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ನಾವು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲೆ ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರ ಹತೋಟಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿವೆ. ದಕ್ಷ ಮತ್ತು ಭದ್ರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದರೂ, ಇಂದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಇಂದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ವಿದ್ಯಾವಂತರಾಗಿದ್ದು, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಪಡೆದಿದ್ದರೂ ತಮ್ಮ ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು ಖಾಸಗಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳೊಂದಿಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟುಗಳ ವಿವಿಧ ಮಾರಾಟ ದಾರಿಗಳನ್ನು ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೆಸರಿಸಬಹುದು.

ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಯು ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಈ ಕೆಳಗಿನ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ತಲುಪುತ್ತದೆ.*[20]

1. ಉತ್ಪಾದಕರು– ತಿರುಗಾಟದ ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಹಳ್ಳಿಯ ಸಣ್ಣ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಕೇಂದ್ರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಬಳಕೆದಾರ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ನೇಮಕವಾಗಿರುವ ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿ – ಬಳಕೆದಾರ ಪ್ರದೇಶದ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಪಾನ್‌ವಾಲಾಗಳು – ಬೀಡಾಗ್ರಾಹಕ.
2. ಉತ್ಪಾದಕರು– ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಂಚಾರಿ ವರ್ತಕರು – ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ – ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು.
3. ಉತ್ಪಾದಕರು– ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು – ಹಳ್ಳಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು–ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು.
4. ಉತ್ಪಾದಕರು– ಗುಜರಾತ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು.
5. ಉತ್ಪಾದಕರು– ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಪಾನ್‌ವಾಲಾ ಗ್ರಾಹಕ.
6. ಉತ್ಪಾದಕರು– ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು.
7. ಉತ್ಪಾದಕರು– ಕೇಂದ್ರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಬಳಕೆ ಪ್ರದೇಶ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ –ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನ ತಯಾರಕರು.
8. ಉತ್ಪಾದಕ – ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆ – ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ – ಒಂದನೇ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಬಳಕೆದಾರ.

9. ಉತ್ಪಾದಕ – ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ ಖರೀದಿ – ಬಳಕೆದಾರ ಪ್ರದೇಶದ ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ ಮಾರಾಟ ಕೇಂದ್ರ – ಸಗಟು ಯಾ ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಪಾನ್‌ವಾಲಾ ಗ್ರಾಹಕ.
10. ಉತ್ಪಾದಕರು – ಮಾಸ್ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ – ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ತಯಾರಕರು ಯಾ ಅವರ ಪ್ರತಿನಿಧಿ.

ಕೆಂಪಡಿಕೆಯು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ವಿಕ್ರಯಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

1. ಉತ್ಪಾದಕ– ಸ್ಥಳೀಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಕೇಂದ್ರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನದ ತಯಾರಕರು ಅಥವಾ ಅವರ ಪ್ರತಿನಿಧಿ.
2. ಉತ್ಪಾದಕ–ಹಳ್ಳಿಯ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಅಥವಾ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆ ಅಥವಾ ತಾಲೂಕು ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿರುವ ಉಪಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಾಂಗಣದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆ – ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ – ಬಳಕೆದಾರ ಪ್ರದೇಶದ – ದೊಡ್ಡ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು – ಒಂದನೇ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಎರಡನೇ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಬಳಕೆದಾರ.

ಅಡಿಕೆಯು ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ ಬಳಕೆದಾರನಿಗೆ ತಲುಪಲು ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳನ್ನು ದಾಟಬೇಕಾಗಿರುವುದರಿಂದ, ಬಳಕೆದಾರನಿಗೆ, ಕೈ ಸೇರುವುದಾಗಿ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆಗೊಂಡು ಅಧಿಕ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಗ್ರಾಹಕನು ಕೊಡುವ ಬೆಲೆಯ ಶೇಕಡಾ 50 ರಿಂದ 60 ರಷ್ಟು ಮಾತ್ರ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ತಲುಪಿ, ಮಿಕ್ಕಿದ ಮೌಲ್ಯ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಕೈ ಸೇರುತ್ತವೆ. ಇದಲ್ಲದೆ, ಸಾಗಣೆವೆಚ್ಚ, ತೆರಿಗೆಗಳು ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿನ ಲಾಭಾಂಶಗಳು, ಸಂಸ್ಕರಣಾ ವೆಚ್ಚ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಸೇರಿರುತ್ತದೆ.*[21]

ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕೆಂಪಡಿಕೆಯಾಗಲಿ, ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಯಾಗಲಿ ಉತ್ಪಾದಕನ ಉತ್ಪಾದನಾ ಕೇಂದ್ರದಿಂದ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಮೂಲಕ, ಸಹಕಾರಿಗಳ ಮೂಲಕ ಕೇಂದ್ರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತಲುಪಿ ಅಲ್ಲಿ ಅದು ವರ್ಗೀಕರಣಗೊಂಡು ಬಳಕೆದಾರ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಶುಚಿ, ರುಚಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸಾಗಣೆಗೊಳಪಡುತ್ತದೆ. ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಅವುಗಳ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿಯೂ ವ್ಯತ್ಯಾಸ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿದಾಗ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಬಹಳ ತೀವ್ರವಾಗಿ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರೊಂದಿಗೆ ಪೈಪೋಟಿ ನಡೆಸುತ್ತಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ

ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಇತಿಹಾಸವನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ, ಅದೆಷ್ಟು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು, ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಪೂರ್ವದಲ್ಲೆ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಮತ್ತು ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪನೆಗೊಂಡಿದ್ದವು. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪನೆಗೊಂಡ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಈ ಕೆಳಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕಳೆದ ಶತಮಾನದ ಆದಿಯಲ್ಲಿಯೇ ಸಹಕಾರಿ ಆಂದೋಲನ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು. ಈ ರೀತಿಯ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳಿಂದು ಅಡಿಕೆಯ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಇವುಗಳು ಇಂದು ಕರ್ನಾಟಕ, ಕೇರಳ, ತಮಿಳುನಾಡು, ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರ, ಮೇಘಾಲಯ ಮತ್ತು ಗೋವಾ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಹಲವಾರು ಸಂಘಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. .ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘ ಲಿ., (SKACMS), ದಿ ತೋಟಗಾರ್ಸ್ ಕೋ ಆಪರೇಟಿವ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಸೊಸೈಟಿ (TCSS), ಮಲೆನಾಡು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ (MAMCOS), ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ (CAMPCO), ಮಾಸ್ (MASS) ಮುಂತಾದವುಗಳು ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ.

3.34.1. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘ (SKACMS) :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸಹಕಾರಿ ಪಿತಾಮಹರೆನಿಸಿದ ದಿವಂಗತ ಶ್ರೀ ಮೊಳಹಳ್ಳಿ ಶಿವರಾಯರ ನೇತೃತ್ವದಲ್ಲಿ ಅಕ್ಕಿ, ಭತ್ತ, ಉದ್ದು, ಹೆಸರು ಮುಂತಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ದಾಸ್ತಾನು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ 1919ರಲ್ಲಿ ಈ ಸಂಘವನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಯಿತು. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರಿಗಾಗಿ ವಿಟ್ಲದಲ್ಲಿ 1918ರಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾದ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಭಾಗಾಯ್ತು ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಹೋಲ್‌ಸೇಲ್ ಸಂಘ ಕಾರ್ಯಾರಂಭಗೊಂಡು ಸುಮಾರು ಹತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಕಾಲ ಯೋಗ್ಯ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿ 1931ರಲ್ಲಿ ಕಾರಣಾಂತರಗಳಿಂದ ಮುಚ್ಚಲ್ಪಟ್ಟಿತು.

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘವು 19-10-1919 ರಿಂದ ನೋಂದಣೆಗೊಂಡು 2-11-1919 ರಂದು ಕಾರ್ಯಾರಂಭ ಮಾಡಿತು. ಈ ಸಂಘವು ಪುತ್ತೂರು ಕೃಷಿಕರ ಮಾರಾಟ ಸಂಘವೆಂಬ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡು, ಇದರ ವ್ಯವಹಾರ ಪುತ್ತೂರು

ತಾಲೂಕಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಸೀಮಿತವಾಗಿತ್ತು. ಆದರೆ 17-06-1935 ರಿಂದ ಇದರ ವ್ಯವಹಾರವು ಇಡೀ ಜಿಲ್ಲೆಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿತು. 24-01-1937 ರಿಂದ ದ.ಕ. ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಭಂಡಸಾಲೆ ಸಂಘವೆಂದೂ, 15-10-1946ರ ಬಳಿಕ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘವೆಂದೂ ಹೆಸರು ಬದಲಾವಣೆಗೊಳಿಸಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿಕೊಂಡು ಬರುತ್ತಿದೆ. 1934ರಲ್ಲಿಯೇ ಮಂಗಳೂರಿನಲ್ಲಿ ಶಾಖೆಯನ್ನು ತೆರೆದು, ಬಳಿಕ ಜಿಲ್ಲೆಯಾದ್ಯಂತ ತನ್ನ ಶಾಖೆಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಿ, ಅದರೊಂದಿಗೆ ಗ್ರಾಮ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಮೂಲಕ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ.*[22]

ಸಂಘವು ರೂಪಾಯಿ 3,265/- ರ ಪಾಲು ಬಂಡವಾಳದಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡು, ವಿಟ್ಲ, ಗುರುವಾಯನಕೆರೆ ಮತ್ತು ಬೆಳ್ತಂಗಡಿಯಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಶಾಖೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾ ಬಂದಿತು. ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ 58 ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಪ್ರಸ್ತುತ 6361 ಕೃಷಿಕ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಇದರೊಂದಿಗೆ 126 ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳೂ ಸದಸ್ಯರಾಗಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಮೂಲಕ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ.

1940ರಲ್ಲಿ ಈ ಸಂಘವು ಬೊಂಬಾಯಿಯಲ್ಲಿ ಶಾಖೆಯನ್ನು ತೆರದು ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತು. ಆದರೆ 14-4-1994ರಲ್ಲಿ ಬೊಂಬಾಯಿ ಬಂದರಿನಲ್ಲಿ ಡಕ್ಕೆ ಸ್ಫೋಟಗೊಂಡಾಗ ಅಪಾರ ನಷ್ಟವುಂಟಾಯಿತು. ಮತ್ತು 1944ರಲ್ಲಿ ಈ ಶಾಖೆ ಮುಚ್ಚಲ್ಪಟ್ಟಿತ್ತು.

1919 ರಲ್ಲಿ 58 ಸದಸ್ಯರಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡು 1939-40ರ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 1852ಕ್ಕೆ ಏರಿತು. 1949-50ರಲ್ಲಿ ಈ ಸಂಖ್ಯೆಯು 4,685 ಆಗಿತ್ತು. 1969-70 ರ ದಶಕದಲ್ಲಿ 10,588ಕ್ಕೆ ಸದಸ್ಯತನ ಏರಿ 1986-87 ರಲ್ಲಿ 9,713ಕ್ಕೆ ತಲುಪಿತು. ಆದರೆ ಆ ಬಳಿಕ ಈ ಸಂಖ್ಯೆ ಇಳಿಮುಖವಾಗಿ 1999-2000ದಲ್ಲಿ 6,489ಕ್ಕೆ ಇಳಿಯಿತು.

ಅವಲೋಕನ:

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಈ ಸಂಘವು ತನ್ನ ಲಾಭಾಂಶ ಮತ್ತು ಸದಸ್ಯತ್ವದ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಏಳು ಬೀಳುಗಳನ್ನು ಕಂಡಿವೆ. ಅದಲ್ಲದೆ ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಆವರ್ತಗಳು ಕಂಡು ಬಂದಿದ್ದು, ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಂಘವು ನಷ್ಟದ ಪಥದಲ್ಲಿ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಿವೆ. ಆದರೂ ಈ ಸಂಘ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿ ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಅನೇಕ ರೀತಿಯ ಬವಣೆಗಳಿಂದ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಿವೆ. ಬದಲಾವಣೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ

ವಿದ್ಯಮಾನಗಳಿಂದಾಗಿ ಈ ಸಂಘ ತನ್ನ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಗೊಳಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಕೃಷಿಕರ ಮನವೊಲಿಸಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಿ ಆದಷ್ಟು ಕೃಷಿಕರನ್ನು ತನ್ನತ್ತ ಸೆಳೆದುಕೊಂಡು ಇನ್ನಷ್ಟು ತನ್ನನ್ನು ಬಲಪಡಿಸಲು ಶ್ರಮಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.

3.34.2. ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ (CAMPCO)

The Central Arecanut & Cocoa Marketing and Processing Co-operative limited (CAMPCO)· ಈ ಮಾರಾಟ ಸಂಘ 1972 ಜುಲೈ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಹುಟ್ಟಿ 1973ರಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಕೋ ಆಪರೇಟಿವ್ ಸೊಸೈಟಿ ಆಕ್ಟ್ ಸೆಕ್ಷನ್ 7ರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನೋಂದಾವಣೆಗೊಂಡಿತು. ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಕುಸಿತ ಕಂಡಾಗ ಅಡಿಕೆ ತನ್ನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡಿತು. ಕ್ವಿಂಟಾಲೊಂದರ ಬೆಲೆ ರೂ.600/– ರಿಂದ ರೂ.300/–ಕ್ಕೆ ಇಳಿದಾಗ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿಯುತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿ ಅಧ್ಯಕ್ಷರಾಗಿದ್ದ ಸಹಕಾರಿ ಧುರೀಣ ಶ್ರೀ ವಾರಣಾಸಿ ಸುಬ್ರಾಯ ಭಟ್ಟರು ತಮ್ಮ ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಯಾಗಿದ್ದ ಶ್ರೀ ಬಿ.ಆರ್.ಕಾಮತ್‌ರೊಂದಿಗೆ ಸೇರಿಕೊಂಡು ವಿಟ್ಲದಲ್ಲಿರುವ ಕೇಂದ್ರಿಯ ಅಡಿಕೆ ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರದಲ್ಲಿ ಸಮ್ಮೇಳನ ನಡೆಸಿ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಬಲಪಡಿಸಲು ವಿಚಾರ ವಿನಿಮಯವನ್ನು ನಡೆಸಲಾಯಿತು. ಇದೇ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಟಿ.ಟಿ. ಪೌಲೋಸ್ ಅವರ ನೇತೃತ್ವದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ವಿಚಾರ ನಡೆಸಲು ಒಂದು ಉನ್ನತ ಸಮಿತಿ ರಚನೆಯಾಗಿತ್ತು. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪೌಲೋಸ್ ಸಮಿತಿಯ ಶಿಫಾರಸ್ಸಿನಂತೆ ಮತ್ತು ವಾರಾಣಾಸಿ ಸುಬ್ರಾಯ ಭಟ್ಟರ ಪ್ರಯತ್ನದೊಂದಿಗೆ ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ ಒಂದು ಬಹುರಾಜ್ಯ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಕಾನೂನು 1984 ಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸ್ಥಾಪನೆಗೊಂಡು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ.

ಒಂದು ಕೋಟಿಗಳ ಮೂಲ ಬಂಡವಾಳದೊಂದಿಗೆ ಈ ಸಂಸ್ಥೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾದಾಗ ರೂ.37.5 ಲಕ್ಷ ರೂಪಾಯಿಗಳನ್ನು ಕರ್ನಾಟಕ ಮತ್ತು ಕೇರಳ ಸರಕಾರಗಳು ಪಾಲು ಬಂಡವಾಳದ ರೂಪದಲ್ಲಿ ನೀಡಿದವು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಕೇರಳ ರಾಜ್ಯಗಳ 08 ಕಡೆಗಳಲ್ಲಿ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡವು. ತದನಂತರ ಅಡಿಕೆ ಬಳಕೆಯ ಪ್ರದೇಶಗಳಾದ ಬೊಂಬಾಯಿ, ಲಕ್ನೊ, ನಾಗಪುರ ಮತ್ತು ದೆಹಲಿಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳನ್ನು ನೇಮಕ ಮಾಡಿ ಅಡಿಕೆ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಬಲಪಡಿಸಲು ಶ್ರಮಪಟ್ಟಿತು.

ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ತಯಾರು ಮಾಡುವ ಉತ್ಪಾದಕ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆಯಾಯಿತು. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ತನ್ನದೇ ಆದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಗಳಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ ಮತ್ತು ಉಳಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಷ್ಟು ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಿದೆ.

ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ ಸಂಸ್ಥೆಯ ರಚನೆ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ :

ಸಂಪೂರ್ಣ ಸಹಕಾರಿ ತತ್ವದಲ್ಲಿ ಈ ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಇದರ ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿಯಲ್ಲಿ ಚುನಾಯಿತ ಪಾಲುದಾರ ಸದಸ್ಯರಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದು ಒಟ್ಟು 19 ಮಂದಿಯ ನಿರ್ದೇಶಿಕ ಮಂಡಳಿ (Board of Directors) ಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಕರ್ನಾಟಕ ಮತ್ತು ಕೇರಳದಿಂದ ತಲಾ 8 ಜನ ಸದಸ್ಯರು ಮತ್ತು ಕರ್ನಾಟಕ ಸರಕಾರದಿಂದ ನಾಮಾಂಕಿತಗೊಂಡ 2 ಸದಸ್ಯರು ಸೇರಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದರ ದಿನನಿತ್ಯದ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಅಧ್ಯಕ್ಷರು ಮತ್ತು ಆಡಳಿತ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣಾಧಿಕಾರಿಯವರ ನಿರ್ದೇಶನದಂತೆ ಕಾರ್ಯಕಾರಿ ಸಮಿತಿಯ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ನಿರ್ವಹಣಾ ಸಮಿತಿಯ ಮೂಲಕ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಕಾರ್ಯಕಾರಿ ಸಮಿತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ನಿರ್ವಹಣೆ ಸಮಿತಿಯಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಅಧ್ಯಕ್ಷ, ಉಪಾಧ್ಯಕ್ಷ, ಆಡಳಿತ ನಿರ್ವಹಣಾಧಿಕಾರಿ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಯೊಂದು ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿಂದ 02 ನಿರ್ದೇಶಕರು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದಲ್ಲದೇ ಇದು ಕಾನೂನು ಸಲಹೆಗಾರರು, ಆರ್ಥಿಕ ತಜ್ಞರು, ಜಾಹೀರಾತು ಕಂಪನಿಗಳು, ಮಾರಾಟ ತಜ್ಞರು ಹಾಗೂ ಇತರ ನುರಿತ ಸಲಹೆಗಾರರನ್ನು ತನ್ನ ಚೌಕಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡು ವ್ಯವಹಾರ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

ವಿವಿಧ ಶಾಖೆಗಳಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಸಿದ ಅಡಿಕೆ ಮುಖ್ಯ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಗೆ ರವಾನೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಅದರ ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಗಾತ್ರಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವ ಪ್ರದೇಶಗಳಾದ ಬೊಂಬಾಯಿ, ಅಹಮದಾಬಾದ್, ಇಂದೋರ್, ಜೈಪುರ, ಡೆಲ್ಲಿ, ನಾಗ್ಪುರ, ಪಾಟ್ನ, ಕಲ್ಕತ್ತ, ಬೆಂಗಳೂರು, ರಾಜಕೋಟ್, ಮದ್ರಾಸ್ ಇತ್ಯಾದಿ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಈ ಸಂಸ್ಥೆ ಅಡಿಕೆ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪ್ರತಿಷ್ಠಾನವನ್ನು 1998ರಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯ ಪರ್ಯಾಯ ಬಳಕೆ ಮತ್ತು ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾದ ವ್ಯಾಪಕ ಸಂಶೋಧನೆ, ವಿದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಳಕೆಗೆ ಪ್ರೇರೇಪಣೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ, ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯತ್ತ ಗಮನ, ದೇಶ ವಿದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ

ಸಂಶೋಧನೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ, ರಾಷ್ಟ್ರಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ, ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ತನ್ನದೇ ಆದ ಛಾಪನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿದೆ. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ "ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ" (R & D) ಚಟುವಟಿಕೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಕ್ರಾಂತಿಕಾರಿ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಕೈಗೆತ್ತಿಕೊಂಡು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಪ್ರತಿಷ್ಠೆಯ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ.

3.34.3. ಮಂಗಳೂರು ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ (MASS) :

ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ವಿಪರೀತ ಆವರ್ತಗಳು 1999ನೇ ಇಸವಿಯ ನಂತರ ಪ್ರಾರಂಭವಾದಾಗ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ನಿರಾಶವಾದದ ಛಾಯೆ ಮೂಡಿತು. ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆ ರೂ.180 ಕಿ.ಗ್ರಾಂ. ನಿಂದ ರೂ.40/– ಕಿ.ಗ್ರಾಂ. ಗೆ ಇಳಿದಾಗ ಇಡೀ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರ ಪಲ್ಲಟಗೊಂಡಿತು. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ದಲ್ಲಾಳಿ ವರ್ತಕರು ಸೇರಿಕೊಂಡು ಇನ್ನಷ್ಟು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಯಿತು. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಮತ್ತು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸೇರಿಕೊಂಡು ಒಂದು ಹೊಸ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘವನ್ನು ರಚಿಸಿದರು. ದಿನಾಂಕ 10–10–2001 ರಂದು 'ಮಂಗಳೂರು ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸೌಹಾರ್ಧ' ಎಂಬ ಹೆಸರಿನೊಂದಿಗೆ ಈ ಸಂಸ್ಥೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ ಸುಮಾರು 9 ವರ್ಷಗಳ ತನಕ ತನ್ನ ಮುಖ್ಯ ಕಛೇರಿಯನ್ನು ಮಂಗಳೂರಿನ ಪಡೀಲಿನಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಿಕೊಂಡು ಮುನ್ನಡೆಯಿತು. ಇದೀಗ ಬೈಕಂಪಾಡಿಯಲ್ಲಿನ APMC ಅಂಗಣದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯ ಕಛೇರಿ ಸ್ಥಳಾಂತರಗೊಂಡು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ 4,754 ಸದಸ್ಯರುಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡು ರೂ.1,09,80,000/– ಪಾಲು ಬಂಡವಾಳವನ್ನಿರಿಸಿಕೊಂಡು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಆಳವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಗ್ರಂಥಋಣ:

*1. GOK ' Karnataka -an Overview'., Karnataka Human Development Report – 2005.

*2. ಹೊಸ ಜಿಲ್ಲೆ ಚಿಕ್ಕಬಳ್ಳಾಪುರದ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

*3. ಹೊಸ ಜಿಲ್ಲೆ ರಾಮನಗರದ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

*4. Directorate of Economics & Statistics., GDK http://kar.nic.in.

*5. GDK dept of Rural Development and Panchayathraj dept.

*6. ಜನಗಣತಿ ಅಂಕಿ ಅಂಶ – 2001.

*7. GDK India basic statistics – 2001.

*8. Hans.V.B., "Problems & Prospects of Rural infrastructure - showcasing Karnataka"., Jayasheela & Hans (edited) Serials Publications New Delhi 2007. ಪುಟ 236-237 ಮತ್ತು GDK at a Glance - 2006-07 P. 12

*9. ಟಿ. ಆರ್. ಚಂದ್ರಶೇಖರ್ – "ಅಸ್ಪಶ್ಯತೆ -ಆರ್ಥಿಕತೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ" - Vol. No. 4, ಜುಲೈ- ಡಿಸೆಂಬರ್ 2005, ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ , ಪುಟ – 19.

*10. T.K.V. Bhat., "Socio - cultural changes in D.K." ., "Samaja Shodhana" - Vol. 2, no.1, March , 1993 , ಪುಟ 13.

*11. ಭಾಷೆ ಪಂಡಿತರ ಪ್ರಕಾರ -ಕೆನರಾ ಎಂಬ ಶಬ್ದವು ' ಕನ್ನಡ' ಎಂಬುದನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ. ಯುರೋಪಿಯನ್ನರು 'ಡ' ಎಂಬ ಶಬ್ದದ ಬದಲಾಗಿ 'ರ' ಎಂಬ ಅಕ್ಷರವನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

*12. M. Raghurama., "Lens on Camera" 'ದಿ ಹಿಂದೂ', ಶನಿವಾರ, ಜುಲೈ 10, 2004 . ಪುಟ - A1

*13. ಲೋಬೊ, ನೋರ್ಬರ್ಟ್, "Patterns of Rural - Urban Migration - A case study of D.K. District" . ಪಿಎಚ್. ಡಿ. ಗ್ರಂಥ, ಫೆಬ್ರವರಿ 2001 . ಪುಟ 79.

*14. ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ನೋಟ, 2008-09 District Profile http://dk.nic.in.district profile.

*15 ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳ ನೋಟ 2008–09, ಪುಟ 15.

*16 ವರ್ಮುಡಿ, ಡಾ। ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ, 'ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂದು–ಇಂದು–ಮುಂದು' ವರ್ಮುಡಿ ಪ್ರಕಾಶನ, 2001, ಪುಟ 08.

*17 ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳ ನೋಟ 2008–09, ಪುಟ 18

*18 ವರ್ಮುಡಿ. ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ; "Weekly Village Markets in Dakshina Kannada ": Unpublished Ph.D., Thesis , 1 986, page 199.

*19. Srinidhi D.R., "A study of Financial Analysis with special reference to MASS limited, Mangalore" , 2010 , Page No-39.

*20. ವರ್ಮುಡಿ, ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ., 'ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ– ಅಂದು–ಇಂದು–ಮುಂದು' 2001, ಪುಟ. 32–33.

*21. ವರ್ಮುಡಿ, ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ., 'ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ– ಅಂದು–ಇಂದು–ಮುಂದು'., ವರ್ಮುಡಿ ಪ್ರಕಾಶನ, ವರ್ಮುಡಿ ಪ್ರಕಾಶನ, 2001, 2001, ಪುಟ 34–35.

*22 ವರ್ಮುಡಿ, ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ., 'ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ– ಅಂದು–ಇಂದು–ಮುಂದು'., ವರ್ಮುಡಿ ಪ್ರಕಾಶನ, , 2001, ಪುಟ 36.

ಅಧ್ಯಾಯ–4

‘ಮಾಸ್’ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ

ಅಧ್ಯಾಯ - 4

'ಮಾಸ್' (MASS) ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ

4.1 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಉಗಮ.

"ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದ, ಬೆಳೆಗಾರರಿಗಾಗಿ ಮತ್ತು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೋಸ್ಕರ", ಸುಮಾರು 4,300 ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ, 90 ಲಕ್ಷ ಪಾಲು ಬಂಡವಾಳದೊಂದಿಗೆ ದಿನಾಂಕ 10-10-2001 ರಂದು "ಮಂಗಳೂರು ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸೌಹಾರ್ದ" ಎಂಬ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ 'MASS' ಎಂಬ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆ, "ಸೌಹಾರ್ದ ಸಹಕಾರಿ" ಕಾಯ್ದೆಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿತು. ಸುಮಾರು 05 ವರ್ಷಗಳ ಧನಾತ್ಮಕ ಮುನ್ನಡೆಯೊಂದಿಗೆ, 2006ನೇ ಸಾಲಿನ ಫೆಬ್ರವರಿಯಲ್ಲಿ, ಈ ಸಂಸ್ಥೆ 'ಮಂಗಳೂರು ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ" (Mangalore Agriculturists Sahakari Sangha) (MASS) ಎಂಬ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ, ಇದೀಗ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಗುರುತರವಾದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯೊಂದಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಮುನ್ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ.

ಕ್ರಿ. ಶ. 2000 ನೇ ಇಸವಿಯ ಮಧ್ಯ ಭಾಗದಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಕುಸಿತ ಕಂಡು ಬಂದಿತು. 1998-99ರಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆ ರೂಪಾಯಿ 180/ಕಿ. ಗ್ರಾಂ ಆಗಿದ್ದು, 2000ನೇ ಇಸವಿಯಲ್ಲಿ ರೂಪಾಯಿ 40/ಕಿ. ಗ್ರಾಂ ಗೆ ಇಳಿಯಿತು. ಈ ತೆರನಾದ ಬೆಲೆಯ ಆವರ್ತದಿಂದಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ತೀವ್ರ ಹೊಡೆತವುಂಟಾಯಿತು. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾದ ಏರುಪೇರುಗಳುಂಟಾದಾಗ, ಸಮಯವನ್ನು ಸದುಪಯೋಗಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅನೇಕ ಖಾಸಗಿ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳು, ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆಗಾರರ ಉದಯವಾಗಿ, ಬೆಳೆಗಾರರು ಶೋಷಣೆಗೆ ಒಳಪಡಬೇಕಾಯಿತು. ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೋದಂತಹ ಬೃಹತ್ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿದ್ದರೂ ಕೂಡ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಆದ ಕುಸಿತದಿಂದಾಗಿ ಚೇತರಿಕೆಯಾಗಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಲಿಲ್ಲ.

ಅಡಿಕೆಯ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಬೃಹತ್ ಕುಸಿತ ಕಂಡು ಬಂದಾಗ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಜೀವನಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ತೀವ್ರವಾದ ಬದಲಾವಣೆಗಳುಂಟಾದವು. ಇಂತಹ ಆಯಕಟ್ಟಿನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಅವಿಭಜಿತ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಹೊಸ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘವನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ಯೋಚನೆ

ಹೊಳೆಯಿತು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಸಹಕಾರಿ ಚಿಂತಕರು, ಕೃಷಿಕರು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತಜ್ಞರು, ಆಳವಾದ ಚಿಂತನೆಯನ್ನು ನಡೆಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆ ತರಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿದರು. ನಿರ್ಧರಿಸಿದ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೆ ತರುವ ಹಂಬಲದೊಂದಿಗೆ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಮತ್ತು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ವಿವಿಧ ಕಡೆಗಳಲ್ಲಿ ರೈತರನ್ನು ಕೂಡಿಸಿಕೊಂಡು ಸಭೆಯನ್ನು ಕರೆಯಲಾಯಿತು. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ, ಅನೇಕ ಕಾಯ್ದೆಗಳು, ಇದ್ದು, ಸರಕಾರದ ಹಸ್ತಕ್ಷೇಪವನ್ನು ಕನಿಷ್ಠಗೊಳಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಕರ್ನಾಟಕ ಸೌಹಾರ್ದ ಸಹಕಾರಿ ಕಾಯ್ದೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘವನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಬೇಕಾಗಿ ಈ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಮೂಡಿತು.

'ಮಾಸ್' ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಹೊಸ ಹೆಜ್ಜೆ ಹಾಕಿಕೊಂಡು ವೃತ್ತಿಪರ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲು ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಿದೆ. 2000ನೇ ಇಸವಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ತೀವ್ರವಾದ ಹೊಡೆತ ಬಿದ್ದಾಗ, ಒಂದು ಹೊಸ ಉದ್ದೇಶವನ್ನಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಇದು ಅವಿಭಜಿತ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಾರಂಭ ಮಾಡಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತು. ಆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ವರ್ತುಲದಿಂದಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಲಿಲ್ಲ. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ 'Consignment Trade' (ಅಡಿಕೆ ರವಾನೆಗಾರ) ಎಂಬ ಉದ್ದೇಶದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಥಮ ಬಾರಿಗೆ ವ್ಯಾಪಾರ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತು. ಈ 'Consignment Trade' ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಮಾಸ್ ಒಂದು 'Agent' ಅಥವಾ 'ಕಾರ್ಯಭಾರಿ' ಯಾಗಿ ಮಾತ್ರ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಖರೀದಿಸಿ, ಖರೀದಿಸಿದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಗುಣಮಟ್ಟದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ವಿಂಗಡಿಸಿ ಸಂಸ್ಕರಿಸಿ, ತದನಂತರ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಅಡಿಕೆಯ ಮುಖ್ಯ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರವಾದ ಗುಜರಾತ್‌ನಲ್ಲಿ ವಿಕ್ರಯಿಸಿ, ಗಳಿಸಿದ ಹಣವನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ತಗಲಿದ ಖರ್ಚು ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಂತಹ ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದ ವಸೂಲು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಹಂತದಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆ ಒಂದು ದಲ್ಲಾಳಿ ಅಥವಾ ಅಡಿಕೆಯ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಬೆಳೆಗಾರರ ನಡುವೆ ಒಂದು 'ರವಾನೆಗಾರ' (Consignee) ಅಥವಾ 'ನಂಬಿಕೆಯ ದಲ್ಲಾಳಿಯಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತು ಮತ್ತು ಇದೀಗ ಅಡಿಕೆಯ

ನೇರ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ, ಅಡಿಕೆಯೊಂದಿಗೆ, ಇತರ ಕೃಷಿಯುತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಿಕೊಂಡು ಮುನ್ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ.

ಶ್ರೀ ಮುನಿರಾಜ ಬಲ್ಲಾಳ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಸಹಕಾರಿ ಒಕ್ಕೂಟದ ಅಧ್ಯಕ್ಷರಾದ ಶ್ರೀ ಗೋಖಲೆಯವರು, ಸಹಕಾರಿ ರತ್ನ ವಾರಣಾಸಿ ಸುಬ್ರಾಯ ಭಟ್ಟರಿಂದ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ಪಡೆದು, ದಿನಾಂಕ 11.06.2001 ರಂದು ಕರ್ನಾಟಕ ಸಹಕಾರಿ ಕಾಯ್ದೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಹೊಸದಾಗಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಹುಟ್ಟುಹಾಕುವ ನಿರ್ಧಾರಕ್ಕೆ ಬಂದರು. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲಾ ಸಹಕಾರಿ ಯೂನಿಯನ್, ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲಾ ಕೇಂದ್ರ ಸಹಕಾರಿ ಬೇಂಕ್, ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲಾ ಹಾಲು ಉತ್ಪಾದಕರ ಒಕ್ಕೂಟ, ಅಖಿಲಭಾರತ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಘ ಮುಂತಾದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಬೆಂಬಲದೊಂದಿಗೆ, ಪ್ರವರ್ತಕರಾಗಿ, ಕೇಂದ್ರ ಸಹಕಾರಿ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನ ನಿರ್ದೇಶಕರಾದ ಶ್ರೀ ಟಿ. ಜಿ. ರಾಜಾರಾಮ ಭಟ್ಟರನ್ನು ಆರಿಸಿ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗೆ ತರಲಾಯಿತು.

ಇತರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗಿಂತ ಕೆಲವು ಬಿನ್ನವಾದ ಘನ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಈ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ, ಇತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೂ ಕೂಡಾ ಸಹಕರಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಕೃಷಿಕ ಸಮಾಜ, ಕೇಂದ್ರ ಸಹಕಾರಿ ಬ್ಯಾಂಕ್, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಸಹಕಾರಿ ಯೂನಿಯನ್, ಅಖಿಲ ಭಾರತ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಘ ಮುಂತಾದವುಗಳು ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಿವೆ. ಒಂದು ಸೀಮಿತ ಪರಿಧಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಈ ಸಂಸ್ಥೆ ಕೆಲವು ಘನ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

1. 'Consignment Trade' (ಅಡಿಕೆ ರವಾನೆಗಾರ) ವ್ಯಾಪಾರ.
2. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಸುವುದು.
3. ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸದಸ್ಯರ ವಿವಿಧ ಕೃಷಿಯುತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಬಳಕೆದಾರರ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ತಲುಪಿಸಿ, ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಅತ್ಯಂತ ಸಮೀಪದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು.
4. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಹೊರದೇಶಗಳಿಗೆ ರಫ್ತು ಮಾಡುವುದು.
5. ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ.

6. ಗೋದಾಮುಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ.

7. ಅಡಿಕೆಯ ನೇರ ಮಾರಾಟ.

8. ಅಡಿಕೆಯ ವರ್ಗೀಕರಣ.

9. ಕೃಷಿ ಸಂಸ್ಕರಣ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ.

10. ಅಡಿಕೆ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರೇರಣೆ.

ಈ ಮೇಲ್ಕಂಡ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಮುಂದಿಟ್ಟುಕೊಂಡು, ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಕಪಿಮುಷ್ಟಿಯನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಿ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಉತ್ತಮವಾದ ಸೇವೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದರೊಂದಿಗೆ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು MASS ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮುಖ್ಯ ಧ್ಯೇಯವಾಗಿದೆ.

4.2. 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಒಂದು ನಸುನೋಟ :

1. ಪೂರ್ಣ ಹೆಸರು : Mangalore Agriculturists Sahakari Sangha MASS (ಮಂಗಳೂರು ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ)

2. ನೋಂದಣಿ : ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕಾಯ್ದೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನೋಂದಾವಣೆ ಪಡೆದಿರುತ್ತದೆ.

   - Multistate Co-operative Societies Act. 1984.
   - Karnataka Co-operative Societies Act.
   - Karnataka Sahakari Souhardha Act.

3.	ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಯ ಪ್ರದೇಶ	:	ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಮತ್ತು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಗಳು.
4.	ಉದ್ದೇಶ	:	ಅಡಿಕೆಯ ಖರೀದಿ, ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ. ಮತ್ತು Consignment Trade
5.	ನೊಂದಾಯಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ದಿನಾಂಕ	:	10-10-2001.
6.	ಒಟ್ಟು ಪಾಲು ಬಂಡವಾಳ	:	1,09,80,000 ರೂಪಾಯಿಗಳು.
7.	ಒಟ್ಟು ಸದಸ್ಯರ ಸಂಖ್ಯೆ	:	4,754.
8.	ಒಟ್ಟು ಸಹ ಸದಸ್ಯ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು	:	56.
9.	ಒಟ್ಟು ಠೇವಣಿ (31.3.2010)	:	1,65,15,970 ರೂಪಾಯಿಗಳು.
10.	ಒಟ್ಟು ಕಛೇರಿಗಳು	:	14
11.	ವಾರ್ಷಿಕ ಮಾರಾಟ	:	2005-06- 8,00,62,777 ರೂ. 2006-2007 - 8,80,06,151 ರೂ. 2007-2008 - 9,29,73,360 ರೂ. 2008-2009 - 15,39,40,728 ರೂ. 2009-2010 - 17,14,19,244 ರೂ.
13.	ಸಹಕರಿಸುತ್ತಿರುವ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳು	:	SCDCC ಬ್ಯಾಂಕ್. AXIS Bank IDBI Vijaya Bank

Syndicate Bank

Corporation Bank

14. ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳಿಂದ ಸಾಲ ತೆಗೆಯಬಹುದಾದ

ಬಂಡವಾಳದ ಮಿತಿ : ರೂಪಾಯಿ 400 ಲಕ್ಷ.

15. ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಿದ ಲಾಭಾಂಶ : ರೂಪಾಯಿ 24,41,939.

4.3. 'ಮಾಸ್' (MASS) ಸಂಸ್ಥೆಯ ರಚನೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣಾ ಕ್ರಮ:

ಒಂದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ದಕ್ಷತೆ ಆ ಸಂಸ್ಥೆಯ ರಚನೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಉದ್ದೇಶಗಳು, ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ವರ್ಗ ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾದ ಆಡಳಿತ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಚಲನಶೀಲ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ವರ್ಗ, ಮತ್ತು ಸೃಜನಶೀಲತೆ ಹಾಗೂ ಆವಿಷ್ಕಾರಿ ಮನೋಭಾವ ಹೊಂದಿರುವ ಒಂದು ಬಲಿಷ್ಠವಾದ ಒಟ್ಟಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ತಂಡ, ಸಂಸ್ಥೆಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ.

MASS ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಂಪೂರ್ಣ ನಿರ್ವಹಣೆ ನಿರ್ದೇಶಕ ಮಂಡಳಿ (Board of Directors) ಯ ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿದ್ದು, ಈ ಮಂಡಳಿಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 15 ಸದಸ್ಯರು ಇರುತ್ತಾರೆ. ಪುತ್ತೂರು ಮತ್ತು ಸುಳ್ಯ ತಾಲೂಕುಗಳಿಂದ ತಲಾ 03 ಸದಸ್ಯರು, ಬಂಟ್ವಾಳ, ಮಂಗಳೂರು, ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ ಮತ್ತು ಕುಂದಾಪುರ ತಾಲೂಕುಗಳಿಂದ ತಲಾ 2 ಸದಸ್ಯರುಗಳು ಹಾಗೂ ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕಿನಿಂದ 01 ಸದಸ್ಯರು ಇರುತ್ತಾರೆ. ಒಟ್ಟು ಈ ಸಂಸ್ಥೆ 4,754 ಸದಸ್ಯರುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯ ದಿನನಿತ್ಯದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಅಧ್ಯಕ್ಷರು ಮತ್ತು ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಾಧಿಕಾರಿಯವರ (CEO) ಸಲಹೆಯೊಂದಿಗೆ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಅಧ್ಯಕ್ಷರಿಗೆ ಮತ್ತು ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಾಧಿಕಾರಿಯವರಿಗೆ ಸಲಹೆ ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಆಡಳಿತಾತ್ಮಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ನೀಡಲು ಕಾರ್ಯಕಾರಿ ಸಮಿತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಸಮಿತಿಗಳ

ನೇಮಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಎರಡೂ ಸಮಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಕ್ಷ, ಉಪಾಧ್ಯಕ್ಷ ಮತ್ತು 05 ಸದಸ್ಯರಿರುತ್ತಾರೆ. ನಿರ್ದೇಶಕ ಮಂಡಳಿ ಮತ್ತು ಅಧ್ಯಕ್ಷರ ನಡುವೆ ಕೊಂಡಿಯಂತೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಾಧಿಕಾರಿ ಕರ್ತವ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಾಧಿಕಾರಿಯವರ(CEO) ಕೈ ಕೆಳಗೆ, ಮುಖ್ಯ ಮಾರಾಟ ಅಧಿಕಾರಿ, (CMO) ಕಛೇರಿ ಅಧೀಕ್ಷಕರು ಮತ್ತು ಮುಖ್ಯ ಲೆಕ್ಕಪತ್ರ ಅಧಿಕಾರಿ (CAO) ಯವರು ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಮುಖ್ಯ ಮಾರಾಟಾಧಿಕಾರಿ(CMO) ಯವರಿಗೆ ಸಹಾಯ ನೀಡಲು, ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮಾರಾಟ ಅಧಿಕಾರಿ (RMO) ದಾಸ್ತಾನು ಪ್ರಬಂಧಕರು ಇರುತ್ತಾರೆ. ಕಛೇರಿ ಅಧೀಕ್ಷಕರ ಕೈ ಕೆಳಗೆ, ಅನೇಕ ಸಹಾಯಕರು ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 4.1

ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣಾ ಸಮಿತಿ

	ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣಾ ಸಮಿತಿ
1	ಅಧ್ಯಕ್ಷರು
2	ಉಪಾಧ್ಯಕ್ಷರು
3	ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣಾಧಿಕಾರಿ
4	05 ನಿರ್ದೇಶಕರು

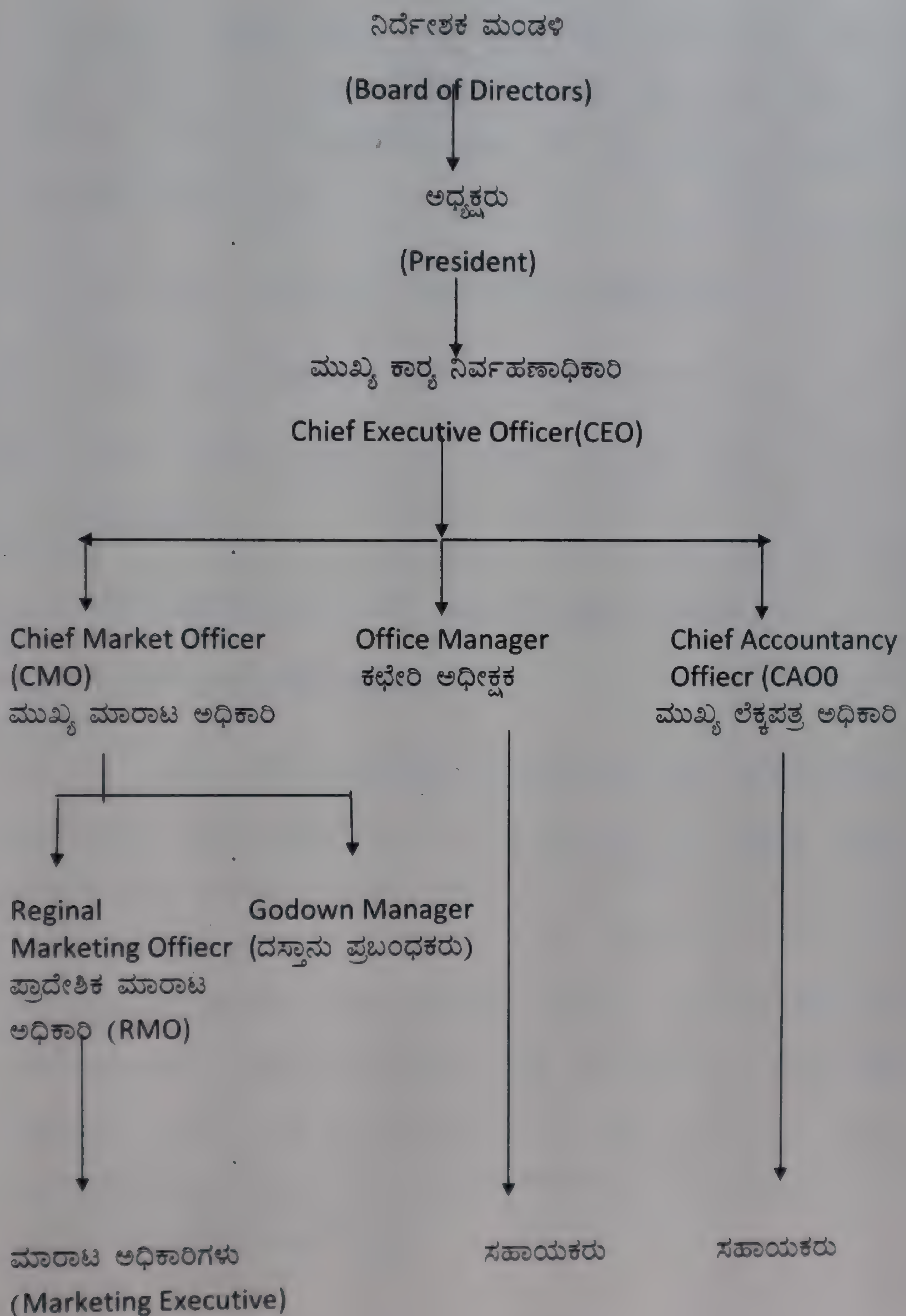
ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 4.2

ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣಾ ಸಮಿತಿ

	ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣಾ ಸಮಿತಿ
1	ಅಧ್ಯಕ್ಷರು
2	ಉಪಾಧ್ಯಕ್ಷರು
3	ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣಾಧಿಕಾರಿ
4	ಮುಖ್ಯ ಮಾರಾಟ ಅಧಿಕಾರಿ

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 4.3

MASS - ಆಡಳಿತ ಯಂತ್ರದ ರಚನೆ



MASS ಸಂಸ್ಥೆಯು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭ್ಯುದಯಕ್ಕಾಗಿ ಆರಂಭಗೊಂಡು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು, ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಕಾರ್ಯಭಾರಿಗಳು, ವೃತ್ತಿಪರರು, ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಸಹಕಾರದೊಂದಿಗೆ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ಕೊಡುಗೆ ಅಪಾರ. SCDCC ಬ್ಯಾಂಕು, ವಿಜಯಾ ಬ್ಯಾಂಕ್, ಯುನಿಟ್ ಟ್ರಸ್ಟ್ ಆಫ್ ಇಂಡಿಯಾ (UTI) ಮುಂತಾದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮೂಲಕ ಇದು ಹಣಕಾಸು ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯು ತನ್ನ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಅನುಭೋಗ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಸಾಗಿಸಲು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಾಗಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಂಡಿದೆ.

1. ಸೌತ್ ಈಸ್ಟರ್ನ್ ರೋಡ್‌ವೇಸ್ (South Eastern Road Ways)
2. ಮಾರುತಿ ಫ್ರೈಟ್ ಕ್ಯಾರಿಯರ್ಸ್ (Maruthi Freight Carriers)
3. ನರಂಜಿ ಪೆರಾಜ್ ಟ್ರಾನ್ಸ್‌ಪೋರ್ಟ್ ಕಂಪೆನಿ (Naranji Peraje transport Company)
4. ನೆಹಾಲ್ ಟ್ರಾನ್ಸ್‌ಪೋರ್ಟ್ ಕಂಪೆನಿ (Nehal Transport Company)

4.4 'ಮಾಸ್' ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ :

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಹಿತರಕ್ಷಣೆಗಾಗಿ, ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿನ ಧಾರಣೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿ, ರೈತರ ಅಭ್ಯುದಯಕ್ಕಾಗಿ 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆ ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ವಿಧಾನಗಳು ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕರಿಸಿ, ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಒಳಪಡಿಸಿದಾಗ, ಉತ್ತಮ ಧಾರಣೆಯನ್ನು ಪಡೆದು ರೈತರನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುತ್ತದೆ. 'ಮಾಸ್' ಇಂತಹ ಗುಣಾತ್ಮಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು, ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಗರಿಷ್ಠ ಸ್ಥಿರತೆಯಲ್ಲಿಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ MASS ಸಂಸ್ಥೆ, ತನ್ನ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲ್ಪಡುವ ಅಡಿಕೆ ಸರಕುಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಧಾರಣೆಯನ್ನು ಗಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಂಸ್ಕರಣಾ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತದೆ.

1. ಸಂಗ್ರಹ: (COLLECTION)

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಪ್ರತಿಯೊಂದು ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಸಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮೂಲಕ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. .ಈ ಸಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತನ್ನ ಸದಸ್ಯ ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರಿಂದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಖರೀದಿಸುತ್ತದೆ. ಖರೀದಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು 'ಮಾಸ್'ನ ಮುಖ್ಯ ಕಛೇರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದೀಗ ಮಂಗಳೂರು ತಾಲೂಕಿನ ಬೈಕಂಪಾಡಿ ಪ್ರದೇಶದ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕೇಂದ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆ ತನ್ನದೇ ಆದ ಸರಕು ವಾಹನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಈ ವಾಹನದ ಮೂಲಕ ಸಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಇದ್ದಂತಹ ಸಂಗ್ರಹವನ್ನು ಮುಖ್ಯ ಕಛೇರಿಗೆ ರವಾನಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಅನುವುಗೊಳಿಸುವ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ನಡೆಯುತ್ತದೆ.

2. ಹೊಗೆಯಾಡುವಿಕೆ: (FUMIGATION)

ಇದು ಅಡಿಕೆ ಸಂಸ್ಕರಣೆಯ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಹಂತ. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಗೋಣಿಚೀಲಗಳಲ್ಲಿ ತುಂಬಿಸಿ, ಗಾಳಿಯಾಡದಿರುವ ಕೋಣೆಗಳಲ್ಲಿ ಇಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ತದನಂತರ ಗಂಧಕವನ್ನು ಉರಿಸಿ, ಗಂಧಕದ ಡೈ ಆಕ್ಸೈಡನ್ನು ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಹೊಗೆ, ಅಡಿಕೆಯ ರೂಪವನ್ನು ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ವೃದ್ಧಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಗೆಯಾಡಿಸುವಿಕೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿದಾಗ, ಅಡಿಕೆಯ ಒಳಗಿರಬಹುದಾದ ಕ್ರಿಮಿ, ಕೀಟಗಳು ನಾಶವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಬಿಳಿಚಿಕೊಂಡು ಆಕರ್ಷಕ ಮೆರುಗನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ದೀರ್ಘಕಾಲ ಕೆಡದಂತೆ ಸಂಗ್ರಹಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ದಾರಣೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಬಹುದು.

3. ವಿಂಗಡಿಸುವಿಕೆ: (SIZERING)

ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕರಿಸದೆ ವಿಕ್ರಯ ಗೊಳಿಸಿದರೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆ ಅತೀ ಕನಿಷ್ಠ ಇರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಉತ್ತಮ ಧಾರಣೆಯನ್ನು ಗಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಅದರ ಗಾತ್ರಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾಸ್‌ಸಂಸ್ಥೆಯು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಗಾತ್ರಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಯಂತ್ರದ ಮೂಲಕ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಇಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಹೆಸರುಗಳಲ್ಲಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಮೋರಾ (MORA) - 32ಮಿ.ಮೀ ಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

ಮೋತಿ (MOTI) - 28ಮಿ.ಮೀ ನಿಂದ 32ಮಿ.ಮೀ

ವಾಚ್ರಾಸ್ (VACHRAS) - 24ಮಿ.ಮೀ ನಿಂದ 27 ಮಿ. ಮೀ.

ಜಾಮ್ (JAM) - 20ಮಿ.ಮೀ ನಿಂದ 24ಮಿ.ಮೀ.

ಜೀನಿ (JEENI) - 17ಮಿ.ಮೀ ನಿಂದ 19ಮಿ.ಮೀ.

ಲಿಂಡಿ (LINDI) - 17ಮಿ.ಮೀ ಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ.

ಈ ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿದಂತೆ ಸುಲಿದ ಅಡಿಕೆಯ ಸುತ್ತಳತೆಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಮೋರಾ ಗಾತ್ರದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಅಡಿಕೆ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚಿನ ಧಾರಣೆಯನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಈ ಗಾತ್ರದ ಅಡಿಕೆಯ ದೊರಕುವಿಕೆ ಅತೀ ವಿರಳವಾಗಿದ್ದು, ಶೇಕಡವಾರು ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 4.4

ಅಡಿಕೆಯ ಗಾತ್ರ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಹೆಸರು	ಗಾತ್ರ (ಮಿ.ಮೀ.)	ಶೇಕಡವಾರು
1.	ಮೋರಾ	32 ಮಿ.ಮೀ. ಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	5%
2.	ಮೋತಿ	28 ಮಿ.ಮೀ. ನಿಂದ 32ಮಿ.ಮೀ	13%
3.	ವಾಚ್ರಾಸ್	24 ಮಿ.ಮೀ. ನಿಂದ 27ಮಿ.ಮೀ	32%
4.	ಜಾಮ್	20 ಮಿ.ಮೀ. ನಿಂದ 24ಮಿ.ಮೀ	30%
5.	ಜೀನಿ	17 ಮಿ.ಮೀ. ನಿಂದ 19 ಮಿ.ಮೀ	12%
6.	ಲಿಂಡಿ	17 ಮಿ.ಮೀ. ಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ	08%

4. ಬೇರ್ಪಡಿಸುವಿಕೆ (GARBLING) : ಇದು ಸಂಸ್ಕರಣೆಯಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾದ ಘಟ್ಟ. ಗಾತ್ರದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು 6 ವಿಧಗಳನ್ನಾಗಿ

6. ರವಾನೆ (DISPATCH)

ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಿದ್ಧಗೊಂಡ ದರ್ಜೆಯ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು, ಕೇಂದ್ರದಿಂದ ರವಾನಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ರವಾನೆಗೆ ಸಂಬಂಧ ಪಟ್ಟಂತಹ ಅಧಿಕೃತ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ದೇಶದ ನಾನಾ ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧರಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾಸ್ ಕೇಂದ್ರದಿಂದ, ಮುಖ್ಯ ಅಡಿಕೆ ಅನುಭೋಗ ಕೇಂದ್ರಗಳಾದ ಮುಂಬೈ, ಕಾನ್ಪುರ, ಅಹಮದಾಬಾದ್, ಡೆಲ್ಲಿ, ಲಕ್ನೋ, ಇಂದೋರ್, ನಾಗಪುರ, ಪೂನಾ, ಕಲ್ಕತ್ತ, ಗುಜರಾತ್ ಮುಂತಾದ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಮಾನ್ಯತೆಯಿರುವ ಸರಕು ಲಾರಿಗಳ ಮೂಲಕ ಸಾಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ರವಾನೆಯಾಗುವ ಅಡಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ದರ್ಜೆಯು , ಅಧಿಕೃತ ಕಾರ್ಯಸ್ಥರು ನಿಗದಿ ಪಡಿಸುವ ಬೇಡಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ.

7. ಮಾರಾಟ (SALE)

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಅಧಿಕೃತ ಕಾರ್ಯಸ್ಥರು ಕಾದಿರಿಸಿದ ಸುರಕ್ಷಾ ಠೇವಣಿಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ನಿಗದಿ ಪಡಿಸಿದ ಬೆಲೆಗೆ ಒಂದು ವೇಳೆ ಅಡಿಕೆ ಸರಕನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಅಸಾಧ್ಯವಾದರೆ ಮಾಸ್‌ನ ಮುಖ್ಯ ಅಧೀಕ್ಷಕರಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಿ ಹೊಸ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿಗದಿ ಪಡಿಸಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧಿಕೃತ ಕಾರ್ಯಸ್ಥರು 15 ದಿವಸಗಳೊಳಗೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಅನುಭೋಗ ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ನಡೆಸಿ ಡಿಮಾಂಡ್ ಡ್ರಾಫ್ಟ್ (DD) ನ್ನು ಬ್ಯಾಂಕ್ ಮೂಲಕ ಮಾಸ್‌ಗೆ ಕಳುಹಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಉಪಕೇಂದ್ರಗಳ ಮೂಲಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ, ತನ್ನ ಮುಖ್ಯ ಕೇಂದ್ರದಲ್ಲಿ ಅವುಗಳನ್ನು ವಿವಿಧ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಸಂಸ್ಕರಣೆಗೊಳಿಸಿದ ನಂತರ ಗಾತ್ರಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಿ ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ತದನಂತರ ಅಧಿಕೃತ ಏಜೆಂಟರುಗಳ ಮೂಲಕವಾಗಿ ಉತ್ತರ ಭಾರತದ ಮುಖ್ಯ ಅನುಭೋಗ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಗೆ ರವಾನಿಸುತ್ತಾರೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಈ ಸಂಸ್ಥೆ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಮೂಲಕವಾಗಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಿಂದ ಅನುಭೋಗ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಿಗೆ ತಲುಪಿಸಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರಿಗೆ ನೀಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿದೆ.

4.5. 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ನಿರ್ವಹಣೆ :

ಒಂದು ಆರ್ಥಿಕ ಘಟಕದ ಲಾಭ ಯಾ ನಷ್ಟ, ಆ ಘಟಕದ ಹಣಕಾಸು ನಿರ್ವಹಣೆಯ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಭಿಸುತ್ತದೆ. ಹಣಕಾಸು ನಿರ್ವಹಣೆಯೆಂದರೆ, ಘಟಕದ ಆರ್ಥಿಕ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಹತೋಟಿ ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ಯೋಜನೆಗಳ ಮೂಲಕ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು ಎಂದರ್ಥ. ಈ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಸೋರಿಕೆ ಇಲ್ಲದೆ ನಿರ್ವಹಿಸಿದಾಗ ಘಟಕದ ಲಾಭಾಂಶವನ್ನು ಉತ್ತಮಗೊಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಆದುದರಿಂದ ಒಂದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹಣಕಾಸು ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ನಿಲುವಿನ ಮೇಲಿನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ, ನಿರ್ವಹಣಾಕಾರರಿಗೆ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗುತ್ತದೆ.

'ಮಾಸ್' ಒಂದು ನಿಗದಿತ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿದ್ದು, ಇದರ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ನಿಲುವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದು, ಇಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ಎಂದು ಕಾಣುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ 2005-06 ರಿಂದ 2009-10 ರ ವರೆಗಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಆಧಾರವಾಗಿರಿಸಿಕೊಂಡು ಈ ಕೆಳಗಿನ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ 'ಪ್ರಮಾಣ ' ಯಾ ಅನುಪಾತ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಮೂಲಕ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

I. Liquidity Ratio.

II. Leverage Ratio.

III. Turnover Ratio.

IV. Profitability Ratio.

ಈ ಮೇಲೆ ಹೇಳಿದ ಅನುಪಾತಗಳು ಎರಡು ಚಲಕಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಅನುಪಾತಗಳು MASS ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹಣಕಾಸು ನಿಲುವುಗಳು ಮತ್ತು ಇದರ ವಾರ್ಷಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಘಟಕದ ದಕ್ಷತೆಯ ಮಟ್ಟವನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತವೆ. ಅನುಪಾತಗಳ ಮೌಲ್ಯಗಳ ಮೂಲಕವಾಗಿ ನಾವು MASS ಸಂಸ್ಥೆಯ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಇನ್ನಿತರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೋಲಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ MASS ಸಂಸ್ಥೆಯು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಪಥವನ್ನು ಪರಿಮಾಣಗಳಲ್ಲಿ ಅಳೆಯಲು ಬೆಳಕು

ಚೆಲ್ಲುತ್ತದೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾದ ಅನುಪಾತ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಳನ್ನು 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಅಳವಡಿಸಿ, ಇದರ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

I. ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತ (Liquidity Ratio)

ಈ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಒಂದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಚಾಲ್ತಿ ಹೊರೆ (current liability) ಮತ್ತು ಚಾಲ್ತಿ ಮೂಲಗಳ (current asset) ನಡುವಿನ ಅನುಪಾತವನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು.

a. ಚಾಲ್ತಿ ಅನುಪಾತ (Current Ratio)

ಚಾಲ್ತಿ ಅನುಪಾತ ವಿಧಾನ ಹೊರೆ (Liability) ಮತ್ತು ಮೂಲ (Assets)ಗಳ ನಡುವಿನ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಬಿಂಬಿಸುತ್ತವೆ. ಈ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಕೆಳಗಿನ ಸೂತ್ರದಿಂದ ಕಂಡು ಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

Current Ratio = Current Asset / Current Liability

ಈ ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿದಂತೆ, ಇಲ್ಲಿ ಬರುವ ಅಂಕವು ಪ್ರತಿಯೊಂದು ರೂಪಾಯಿ ಚಾಲ್ತಿ ಹೊರೆಗೆ ಲಬಿಸುವ ಚಾಲ್ತಿ ಮೂಲವನ್ನು ರೂಪಾಯಿಗಳ ಮೂಲಕ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ನಿಯಮದ ಪ್ರಕಾರ 2:1 ಅಥವಾ ಅದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಅನುಪಾತ ತೃಪ್ತಿಕರ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಚಾಲ್ತಿ ಹೊರೆ ಮತ್ತು ಚಾಲ್ತಿ ಮೂಲಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿವೆ.

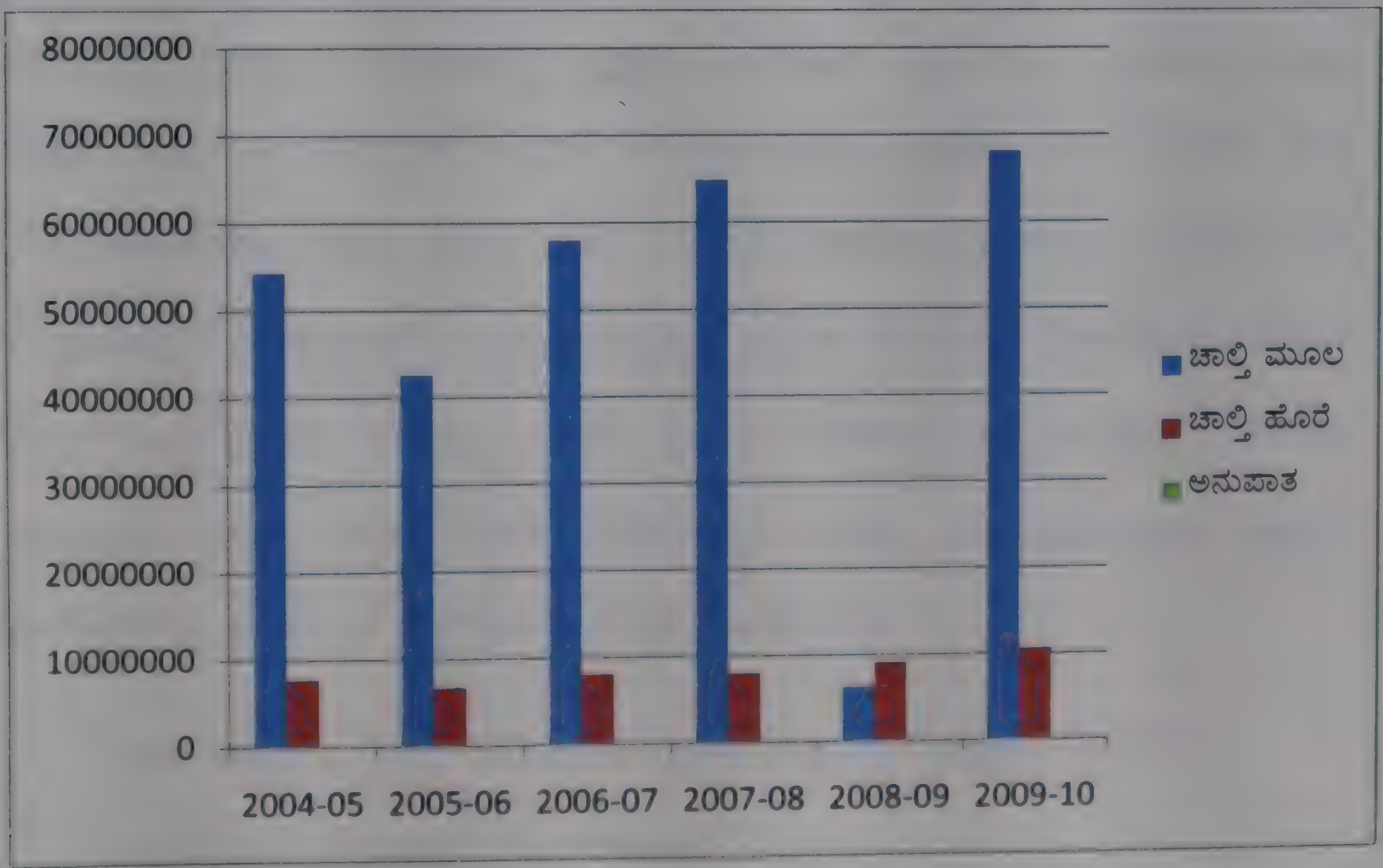
ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 4.5

'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಚಾಲ್ತಿ ಮೂಲ ಮತ್ತು ಚಾಲ್ತಿ ಹೊರೆಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು

ವರ್ಷ (Year)	ಚಾಲ್ತಿ ಮೂಲ (Current Asset)	ಚಾಲ್ತಿ ಹೊರೆ (Current Liability)	ಅನುಪಾತ (Ratio (%))
2004-05	54342783	7730155	7.03
2005-06	42641300	6706857	6.36
2006-07	58008869	8101475	7.16
2007-08	64870449	8024627	8.08
2008-09	6265622	9115815	6.87
2009-10	68121652	10606600	6.42

ಮೂಲ: ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿಗಳು , (2004-05 ರಿಂದ 2009-10)

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ 4.1



ವಿವರಣೆ

ಈ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ನೈಜ ಅನುಪಾತ 2:1. ಒಂದು ವೇಳೆ ಅನುಪಾತದ ಮೌಲ್ಯ ಅದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದರೆ, ಅದು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಸಂಸ್ಥೆಯ ದ್ರವ್ಯತಾ ನಿಲುವು ಉತ್ತಮವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ, 2004-05 ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 7.03 ಇದ್ದು, 2007-08ನೇ ಸಾಲಿಗೆ 8.08 ಕ್ಕೆ ಏರಿತು. ಆದರೆ 2009-10ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಇದು 6.42 ಕ್ಕೆ ಇಳಿಯಿತು. ಆದುದರಿಂದ ಇಲ್ಲಿ ಅನುಪಾತವು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ 6ರಿಂದ 9 ರ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗಿದ್ದು, ಮಾಸ್‌ಸಂಸ್ಥೆಯ ಚಾಲ್ತಿ ಅನುಪಾತ (current ratio) ಉತ್ತಮವಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಗರಿಷ್ಟ ದ್ರವ್ಯತಾ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

b. ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತ (Liquid Ratio or Cash Ratio)

ನಗದು ಒಂದು ಘಟಕದ ಅತ್ಯಂತ ದ್ರವ್ಯತಾ ಮೂಲವಾಗಿದ್ದು, ಹಣಕಾಸು ತಜ್ಞ ಯಾವಾಗಲೂ ಆ ಘಟಕದ ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುತ್ತಾನೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರದ ಮೇಲಿನ ಹೂಡಿಕೆ (Trade Investment) ಅಥವಾ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿರುವ ಭದ್ರತೆಗಳು (Marketable Securities) ಒಂದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ದ್ರವ್ಯತೆಗೆ ಸಮವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ಸಂಸ್ಥೆಯ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಮೂಲಕ ಕಂಡು ಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯ. ಈ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಒಂದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಒಟ್ಟು ದ್ರವ್ಯತಾ ಮೂಲ ಮತ್ತು ಚಾಲ್ತಿ ಹೊರೆ (absolute liquid asset and current liability) ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಯಾ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ದ್ರವ್ಯತಾ ಮೂಲವು (absolute liquid asset) ಒಟ್ಟು ನಗದು ಸಾಮಿಪ್ಯ ನಗದು (near money) ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನಲ್ಲಿರುವ ನಗದು, ಕೈಯಲ್ಲಿರುವ ನಗದು ಮತ್ತು ಭದ್ರತೆ (Security) ಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸೂತ್ರದಿಂದ ಕಂಡು ಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

Cash Ratio = Absolute liquid Asset / Current Liabilities

ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದ ಅನುಪಾತ 1:2 ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ದ್ರವ್ಯತಾ ಮೂಲಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಚಾಲ್ತಿ ಹೊರೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 4.6

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ದ್ರವ್ಯತಾ ಮೂಲ ಮತ್ತು ಚಾಲ್ತಿ ಹೊರೆ

ವರ್ಷ Year	ದೃವ್ಯತಾ ಮೂಲ Absolute Liquid Asset	ಚಾಲ್ತಿ ಹೊರೆ Current Liability	ಅನುಪಾತ Ratio
2004-05	102,59,678	77,30,155	1.32
2005-06	20,51,049	67,06,857	0.44
2006-07	28,83,833	81,01,475	0.36
2007-08	22,42,989	80,24,627	0.27
2008-09	35,14,613	91,15,815	0.39
2009-10	22,25,050	1,06,06,600	0.21

ಮೂಲ: ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿಗಳು, (2004-05 ರಿಂದ 2009-10)

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ 4.2



ವಿವರಣೆ

ಈ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ನಿಗದಿತ ಅನುಪಾತ (Standard Ratio) 1:2, 2004-05 ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತ 1.32 ಇದ್ದು, ತದನಂತರದ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಅನುಪಾತ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಾ ಬಂದಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಬೇಕಾದ ಅಂಶ. 2009-10 ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಈ ಅನುಪಾತ ಅತೀ ಕನಿಷ್ಟ ಎಂದರೆ 0.21 ಆಗಿದೆ. ಇದು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಉತ್ತಮ ದ್ರವ್ಯತಾ ನಿಲುವನ್ನು (liquidity position) ಬಿಂಬಿಸುವುದಿಲ್ಲ.

c. ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತ (Liquid Ratio) ಅಥವಾ ಕ್ಷಿಪ್ರ ಅನುಪಾತ (Quick Ratio)

ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತ ಅಥವಾ ಕ್ಷಿಪ್ರ ಅನುಪಾತ, ದ್ರವ್ಯತಾ ಮೂಲಗಳು(Liquid Asset) ಮತ್ತು ಚಾಲ್ತಿ ಸಾಲಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತ ಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಮೂಲಗಳನ್ನು(Asset), ಮೌಲ್ಯದ ಲೋಪವಿಲ್ಲದೆ, ನಗದನ್ನಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾದರೆ ಅದನ್ನು ದ್ರವ್ಯತಾ ಮೂಲ(Current liquid Asset)ಎನ್ನಬಹುದು. ಆದುದರಿಂದ ಈ ಚಾಲ್ತಿ ಮೂಲಗಳು ಮತ್ತು ಚಾಲ್ತಿ ಸಾಲಗಳ ನಡುವಿನ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸೂತ್ರದಿಂದ ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು.

ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತ = ಚಾಲ್ತಿಮೂಲ - ತಪಶೀಲುಗಳು (Inventaries) / ಚಾಲ್ತಿ ಸಾಲಗಳು.

ಇಲ್ಲಿ ತಪಶೀಲುಗಳು ಅಥವಾ Inventories ಎಂದರೆ, ಕಡಿಮೆ ದ್ರವ್ಯತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಮೂಲಗಳು ಎಂದರ್ಥ. ಅವುಗಳನ್ನು ಕ್ಷಿಪ್ರವಾಗಿ ನಗದನ್ನಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸಲು ಕಷ್ಟಸಾಧ್ಯ. ಅಲ್ಲದೆ ಇಂತಹ ಮೂಲಗಳ ಮೌಲ್ಯಗಳು ಬದಲಾವಣೆಯಾಗುತ್ತಿರುತ್ತವೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ಎರಡು ಚಲಕಗಳ ಆದರ್ಶ ಅನುಪಾತ (Standard Ratio) 1:1 ಒಂದು ವೇಳೆ ನೈಜ ಅನುಪಾತ (Actual Ratio) ಆದರ್ಶ ಅನುಪಾತಕ್ಕೆ (standard ratio) ಸರಿಸಮವಾಗಿದ್ದರೆ ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದ್ದರೆ, ಆ ಸಂಸ್ಥೆ ಹೆಚ್ಚು ದ್ರವ್ಯತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಹೆಚ್ಚು ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಂದ ಅಲ್ಪಾವಧಿ ಸಾಲಗಳನ್ನು ಅವುಗಳ ಮೂಲಗಳಿಂದ ವೃದ್ಧಿಸಬಹುದು ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕ 'ಮಾಸ್'ಸಂಸ್ಥೆಯ ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತಾರೆ.

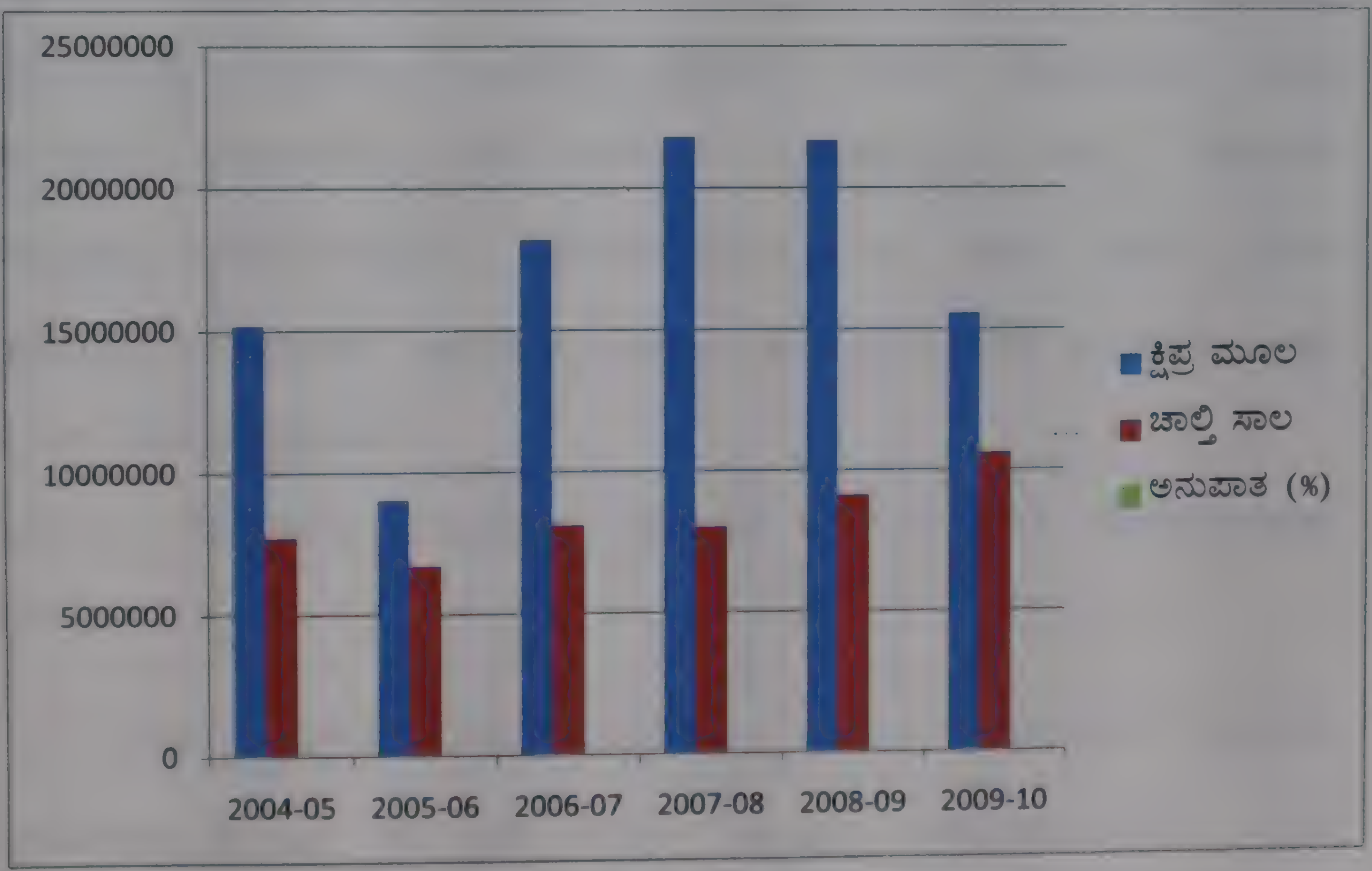
ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 4.7

'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಚಾಲ್ತಿ ಮೂಲ ಮತ್ತು ಸಾಲಗಳ ಪಟ್ಟಿ.

ವರ್ಷ	ಕ್ಷಿಪ್ರ ಮೂಲ	ಚಾಲ್ತಿ ಸಾಲ	ಅನುಪಾತ (%)
2004-05	1,51,91,422	77,30,155	1.97
2005-06	90,44,574	67,06,857	1.35
2006-07	1,81,99,077	81,01,475	2.25
2007-08	2,18,03,816	80,24,627	2.72
2008-09	2,16,68,794	91,15,815	2.38
2009-10	1,55,53,214	1,06,06,600	1.47

ಮೂಲ: ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿಗಳು (2004-05 ರಿಂದ 2009-10)

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ 4.3





ವಿವರಣೆ

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ, ಚಾಲ್ತಿ ಸಾಲ ಮತ್ತು ಮೂಲಗಳ ನಡುವಿನ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬಹುದು. 2004-05 ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತ 1.97 ಇದ್ದು, 2005-06 ನೇ ಸಾಲಿಗೆ ಸ್ವಲ್ಪ ಇಳಿಮುಖವನ್ನು ಕಂಡಿತು. (1.35) ತದನಂತರದ ಎರಡು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿದ್ದು, 2008-09 ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಮತ್ತೆ ಇಳಿಕೆಯಾಗಿದ್ದು, ಪ್ರಸಕ್ತ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಚೇತರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿದೆ. ಆದದರಿಂದ, ಅಧ್ಯಯನ ಅವಧಿಯ ಮಧ್ಯಭಾಗದಲ್ಲಿ ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತದ ನಿಲುವು ಉತ್ತಮವಾಗಿದ್ದು, ನಂತರದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಇಳಿಮುಖವನ್ನು ಕಂಡಿದೆ.

d. ತಪಶೀಲು - ನಿರ್ವಹಣಾ ಬಂಡವಾಳ ಅನುಪಾತ (Inventory working Capital Ratio)

ತಪಶೀಲು - ನಿರ್ವಹಣಾ ಬಂಡವಾಳ ಅನುಪಾತವು ತಪಶೀಲು (Inventory) ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣಾ ಬಂಡವಾಳ (working capital) ನಡುವಿನ ಅನುಪಾತವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುತ್ತದೆ. ಸಿದ್ಧವಸ್ತುಗಳು, ಪ್ರಗತಿಯಲ್ಲಿರುವ ಕಾಮಗಾರಿಗಳು, ಸಂಗ್ರಹಗಳು, ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ತಪಶೀಲುಗಳಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದು, ಅವುಗಳನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ, ತ್ವರಿತವಾಗಿ ನಗದಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸಲು ಅಸಾಧ್ಯ. ನಿರ್ವಹಣಾ ಬಂಡವಾಳವು ಚಾಲ್ತಿ ಸಾಲಕ್ಕಿಂತ ಮಿಗತೆಯಲ್ಲಿದ್ದು, ಚಾಲ್ತಿ ಮೂಲಗಳು ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. (Excess of Current assets over curren liabilities constitutes working capital). ಈ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಮುಂದಿನ ಸೂತ್ರದ ಮೂಲಕ ಕಂಡು ಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ತಪಶೀಲು– ನಿರ್ವಹಣಾ ಬಂಡವಾಳದ ಅನುಪಾತ = ತಪಶೀಲು x 100/ನಿರ್ವಹಣಾ ಬಂಡವಾಳ

ಆದರ್ಶ ಅನುಪಾತದ ಪ್ರಕಾರ (Standard Ratio) ತಪಶೀಲುಗಳು ನಿರ್ವಹಣಾ ಬಂಡವಾಳದ ಶೇಕಡಾ 75 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಮೊತ್ತವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬಾರದು ಎಂದು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ಅನುಪಾತೀಯ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುತ್ತದೆ.

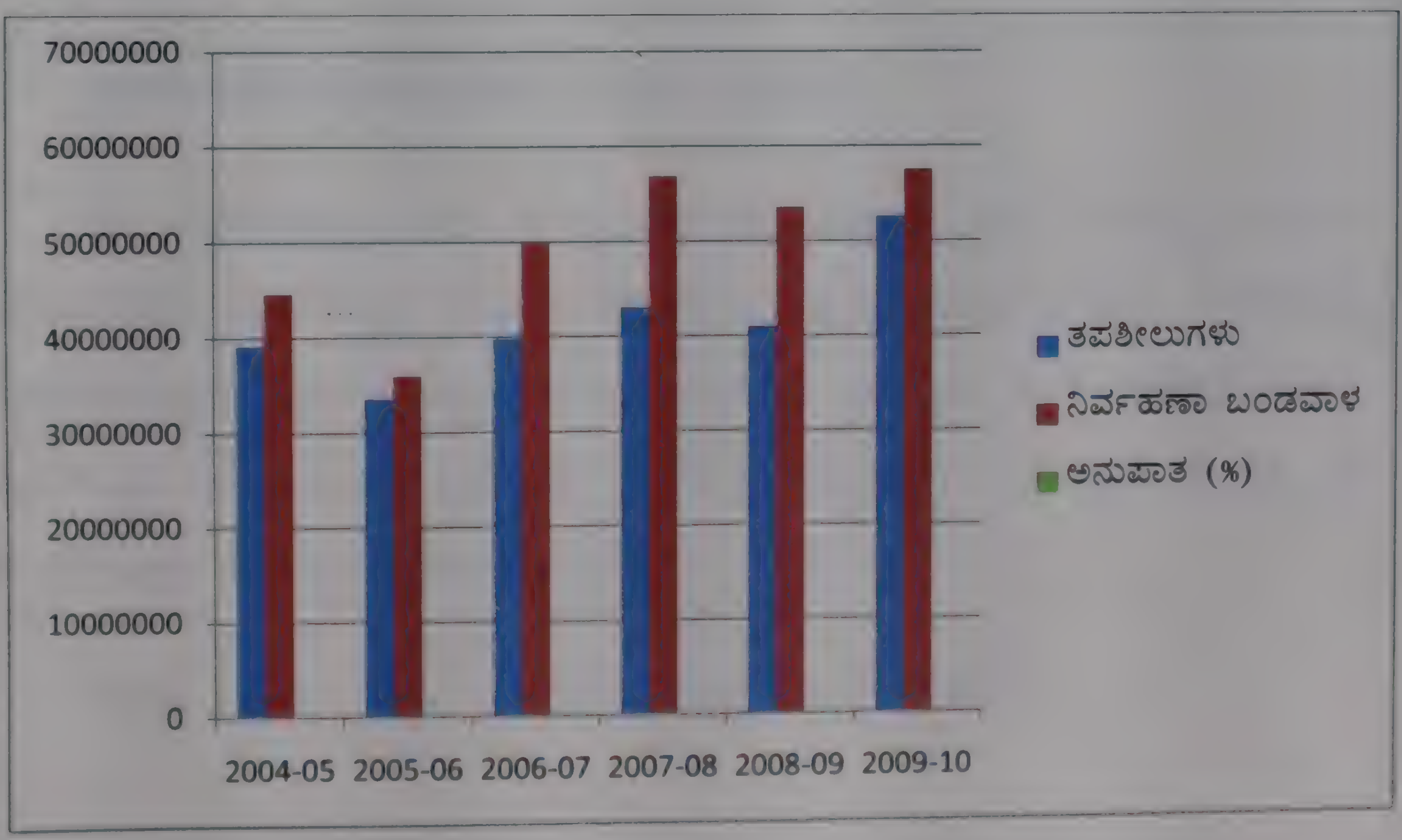
ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 4.8

ತಪಶೀಲು ನಿರ್ವಹಣಾ ಬಂಡವಾಳ ಕೋಷ್ಟಕ

ವರ್ಷ	ತಪಶೀಲುಗಳು	ನಿರ್ವಹಣಾ ಬಂಡವಾಳ	ಅನುಪಾತ (%)
2004-05	3,91,51,361	4,46,12,628	83.99
2005-06	3,35,96,726	3,59,34,443	93.5
2006-07	3,98,09,792	4,99,07,394	79.77
2007-08	4,30,66,633	5,68,45,822	75.76
2008-09	4,09,86,728	5,35,39,707	76.5
2009-10	5,25,68,438	5,75,15,052	91.4

ಮೂಲ: ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿಗಳು 2004-05 ರಿಂದ 2009-10.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ 4.4



ವಿವರಣೆ

ಆದರ್ಶ ಆನುಪಾತದ ಪ್ರಕಾರ ನಿರ್ವಹಣಾ ಬಂಡವಾಳಕ್ಕೆ ತಪಶೀಲುಗಳ ಅನುಪಾತ 75%. ಆದರೆ ಇಲ್ಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ನಿರ್ವಹಣಾ ಬಂಡವಾಳದ ಹೆಚ್ಚಿನ ಭಾಗ ತಪಶೀಲುಗಳಿಗೆ ಹೂಡಿಕೆಯಾಗಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ. 2006-07 ರಲ್ಲಿ 93.5% ರಿಂದ 79.72 % ಗೆ ಇಳಿಮುಖವಾಗಿದೆ. 2009-10ರಲ್ಲಿ 91.4% ಆಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ಇದು ನಿರ್ವಹಣಾ ಬಂಡವಾದ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಪೂರಕವಾದ ಅನುಪಾತ ಅಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

II ಲಿವರೇಜ್ ಅನುಪಾತ (Leverage Ratio) ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

ಒಂದು ಘಟಕದ ಸಾಲದ ಹೊರೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು ಲಿವರೇಜು ಅನುಪಾತ ಅಳೆಯುತ್ತದೆ. ಈ ಅನುಪಾತವು, ಉದ್ಯಮದ ಮಾಲಕರ ಮೇಲಿನ ಲೇಣಿದಾರರ (creditors) ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಅಳೆಯುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗ ಒಂದು ಉತ್ಪಾದನಾ ಘಟಕದ ದಕ್ಷತೆಯು ಈ ಎರಡು ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. 1. ಸಾಲಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಲೇಣಿದಾರರಿಗೆ ಕೊಡುವಂತಹ ಬಡ್ಡಿ ದರ, 2. ಕ್ಲಪ್ತ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಸಾಲದ ಮರುಪಾವತಿ. ಈ ಎರಡು ಅಂಶಗಳು ಒಂದು ಘಟಕದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯ ಮಟ್ಟವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ ಒಂದು ಘಟಕದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ಅಳೆಯಬಹುದು.

a. Debt- Equity Ratio (ಸಾಲ - ಷೇರು ಅನುಪಾತ)

ಈ ಅನುಪಾತವು ದೇಣಿ ಮತ್ತು ಷೇರುಗಳ (debit and equity) ನಡುವಿನ ಅನುಪಾತವನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಒಂದು ಘಟಕದ ದೀರ್ಘಾವದಿಯ ದ್ರವ್ಯತಾ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಬಿಂಬಿಸುವುದಲ್ಲದೆ, ಘಟಕದ ಮಾಲೀಕರ ದೀರ್ಘಾವಧಿ ಹಣಕಾಸು ಮತ್ತು ತೀಣೆದಾರರುಗಳ ದೀರ್ಘಾವಧಿ ಹಣಕಾಸುಗಳ ನಡುವಿವ ತುಲನಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸೂತ್ರದ ಮೂಲಕ ಅಳೆಯಬಹುದು.

Debt Equity Ratio = ಸಾಲ (Debt) / ಷೇರು (Equity)

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಮೂಲಕ 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಾಲ - ಷೇರು ಅನುಪಾತವನ್ನು ಅಳೆಯಬಹುದು.

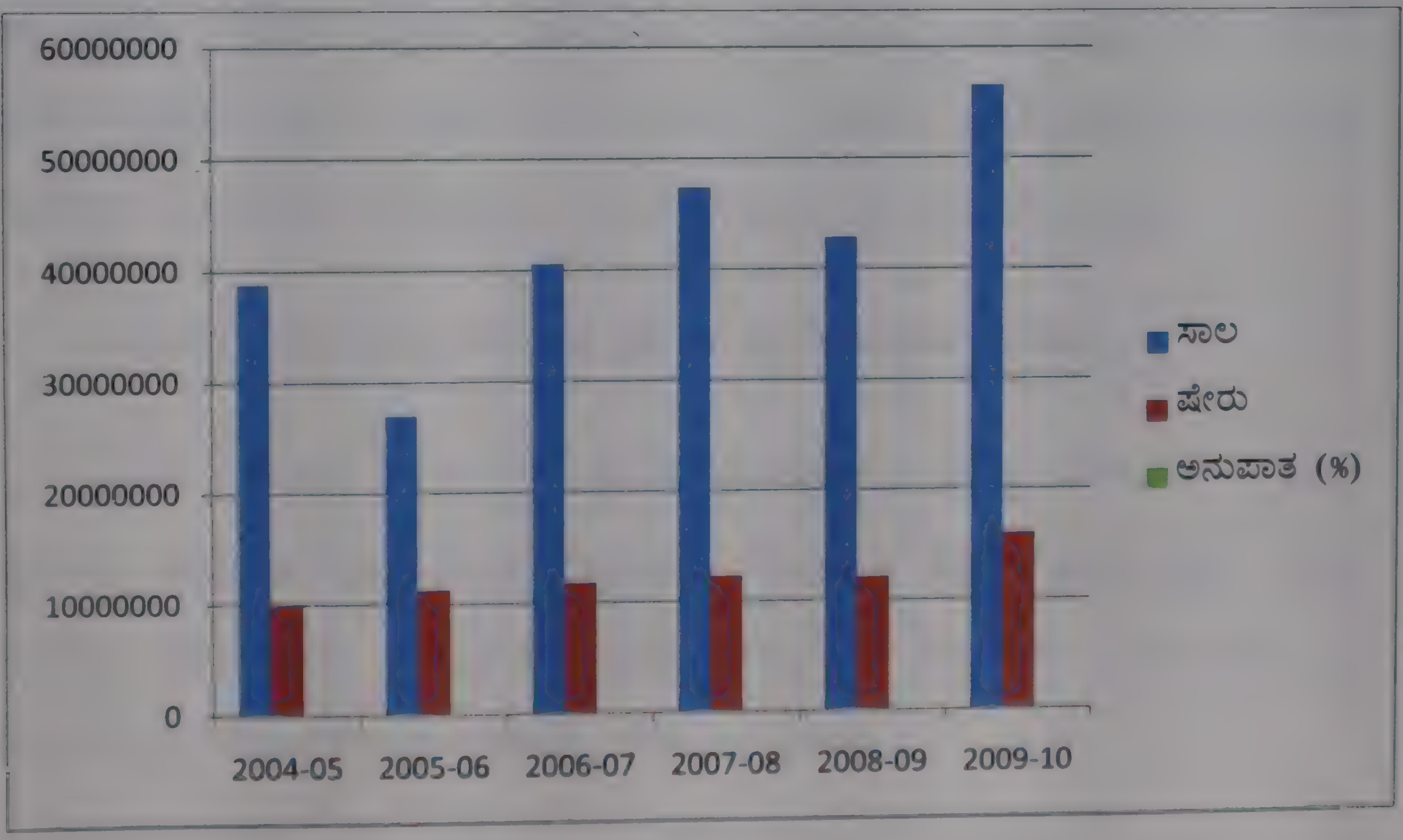
ಕೋಷ್ಟಕ 4.9

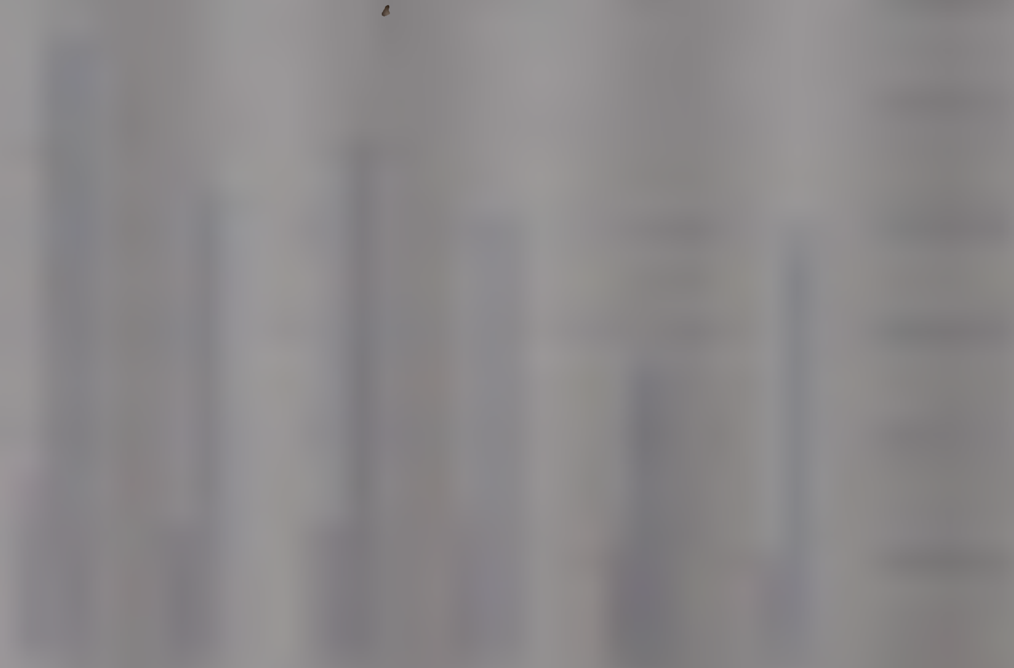
ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಾಲ ಮತ್ತು ಷೇರುಗಳ ನಡುವಿನ ಅನುಪಾತ

ವರ್ಷ	ಸಾಲ	ಷೇರು	ಅನುಪಾತ (%)
2004-05	3,88,40,482	99,18,104	3.91
2005-06	2,69,60,208	1,12,69,159	2.39
2006-07	4,05,57,150	1,17,79,582	3.44
2007-08	4,73,94,338	1,22,74,940	3.86
2008-09	4,28,61,853	1,21,25,821	3.53
2009-10	5,65,43,535	1,59,95,416	3.54

ಮೂಲ: 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿ, ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು, 2004-05 ರಿಂದ 2009-10.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ 4.5





ವಿವರಣೆ

ಸಾಲ ಷೇರುಗಳ ಆದರ್ಶ ಅನುಪಾತ 2:1 ಆದರೆ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಷೇರುಗಳಿಗಿಂತ ಸಾಲದ ಪ್ರಮಾಣ 3 ಅಥವಾ 4 ರ ಅನುಪಾತದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಿರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಲೇಣಿದಾರರಿಗೆ ಗಂಡಾಂತರದ ಜವಾಬ್ದಾರಿ (Risk) ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವುದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಸಾಲದ ಹೊಣೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಲಿದ್ದು, ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಲದ ಮರುಪಾವತಿಗೆ ತುಸು ಕಷ್ಟವಾಗಬಹುದು ಎಂದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

III. ಉದ್ಯಮ ಕ್ಷೇತ್ರ ಅನುಪಾತ (Activity Ratio)

ಉದ್ಯಮ ಕ್ಷೇತ್ರ ಅನುಪಾತ (Activity Ratio) ಅಥವಾ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಾ ಅನುಪಾತ (Performance Ratio) ಒಂದು ಘಟಕದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಾ ದಕ್ಷತೆಯ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಅನುಪಾತೀಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ, ಒಂದು ಘಟಕದ ಮೂಲಗಳು (Asset) ಉಪಯೋಗವಾಗುತ್ತಿರುವ ದಕ್ಷತೆಯ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಘಟಕದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯು ಅದರ ವ್ಯಾಪಾರದ ಪ್ರಮಾಣದಿಂದ ನಿರ್ಧರಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಾ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಘಟಕದ ಕ್ರಯ ವಿಕ್ರಯ ಅಥವಾ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು (Turnover) ವಿನ ಪ್ರಮಾಣದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಅಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಇದು ಘಟಕದ ವ್ಯವಹಾರ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾದ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಈ ಮುಂದೆ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ.

a. ಸಾಲಗಾರ - ವಹಿವಾಟು ಅನುಪಾತ (Debtors Turnover Ratio)

ಒಂದು ಘಟಕದ ಸಾಲಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ (Debtors) ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದ (Sale) ಪ್ರಮಾಣದ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು Debtors Turover Ratio ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ನಡೆದ ಸಾಲ ವಸೂಲಿಯ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಈ ಅನುಪಾತ ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸೂತ್ರದ ಮೂಲಕ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಅಳೆಯ ಬಹುದು.

Debtors Turnover Ratio = ಮಾರಾಟ ಪ್ರಮಾಣ/ ಸರಾಸರಿ ಸಾಲಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿನ ಸಾಲಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ವಹಿವಾಟುಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

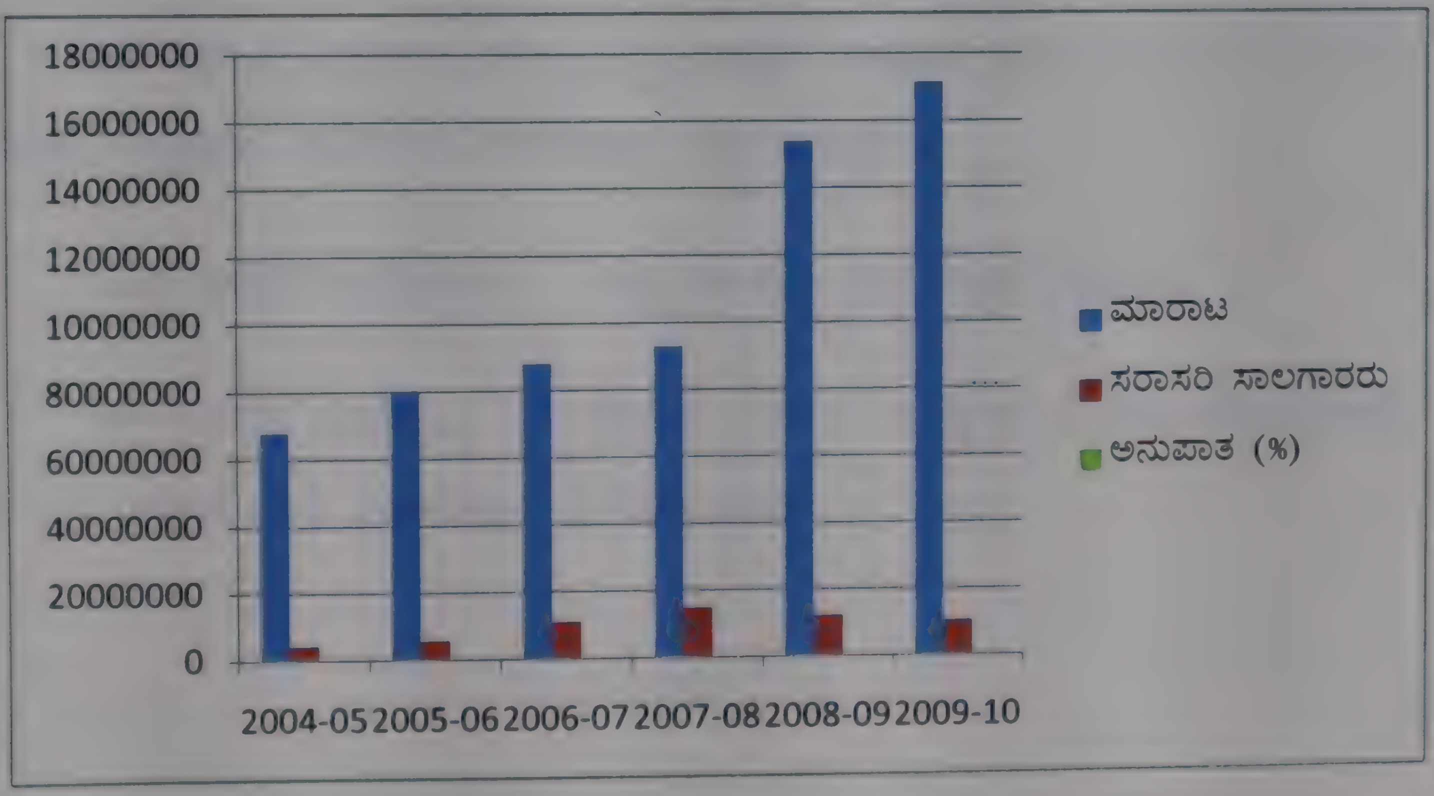
ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 4.10

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಸರಾಸರಿ ಸಾಲಗಾರರು

ವರ್ಷ	ಮಾರಾಟ	ಸರಾಸರಿ ಸಾಲಗಾರರು	ಅನುಪಾತ (%)
2004-05	6,79,36,269	43,24,413	15.21
2005-06	8,00,62,777	57,44,285	13.94
2006-07	8,80,06,151	1,10,04,668	8.00
2007-08	9,29,73,360	1,49,24,503	6.23
2008-09	15,39,40,738	1,22,21,078	12.60
2009-10	17,14,19,244	1,05,04,100	16.32

ಮೂಲ: ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು 2004–05 ರಿಂದ 2009–10.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ 4.6



ವಿವರಣೆ

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಾಲ - ವಹಿವಾಟು ಅನುಪಾತ ಅತೀ ಉತ್ತಮ ಎಂದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. 2004-05 ರಲ್ಲಿಯೂ 15ರಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದ್ದು 2007-08ರಲ್ಲಿ ಇಳಿಮುಖವಾಗಿ 2009-10ರಲ್ಲಿ 16.32 % ರಷ್ಟಾಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಆಗಾಗ ಸರಕುಗಳನ್ನು ವಿಕ್ರಯಿಸಿಕೊಂಡು, ಸಾಲಗಾರರಿಂದ ಹಣವನ್ನು ತಕ್ಷಣ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

IV. ಲಾಭದ ಅನುಪಾತ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ (Profitability Analysis)

ಒಂದು ಘಟಕದ ಲಾಭಾಂಶದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲು ಲಾಭದ ಅನುಪಾತ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಅನುಪಾತವು, ಘಟಕದ ಲಾಭಗಳಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಿದ ಬಂಡವಾಳ, ಮಾರಾಟವಾಗಲ್ಪಟ್ಟ ಸರಕುಗಳಿಂದ ಒಂದು ಘಟಕ ಗಳಿಸಬಹುದಾದ ಲಾಭದ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಈ ಅನುಪಾತ ಅಳೆಯುತ್ತದೆ. ಈ ಉದ್ದೇಶ್ಕಾಗಿ ಮುಂದೆ ತಿಳಿಸಿದ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು.

a. ಒಟ್ಟು ಲಾಭದ ಅನುಪಾತ (Gross Profit Ratio)

ಈ ವಿಧಾನ, ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಲಾಭದ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನ ಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ. ಕೆಳಗಿನ ಸೂತ್ರದಿಂದ ಲಾಭದ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಅಳೆಯಬಹುದು.

ಒಟ್ಟು ಲಾಭದ ಅನುಪಾತ = ಒಟ್ಟು ಲಾಭ x 100/ ನಿವ್ವಳ ಮಾರಾಟ

ಈ ಮೇಲಿನ ಸೂತ್ರವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಲಾಭದ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಮುಂದೆ ತಿಳಿಸಿದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳಿಂದ ಅಳೆಯಬಹುದು.

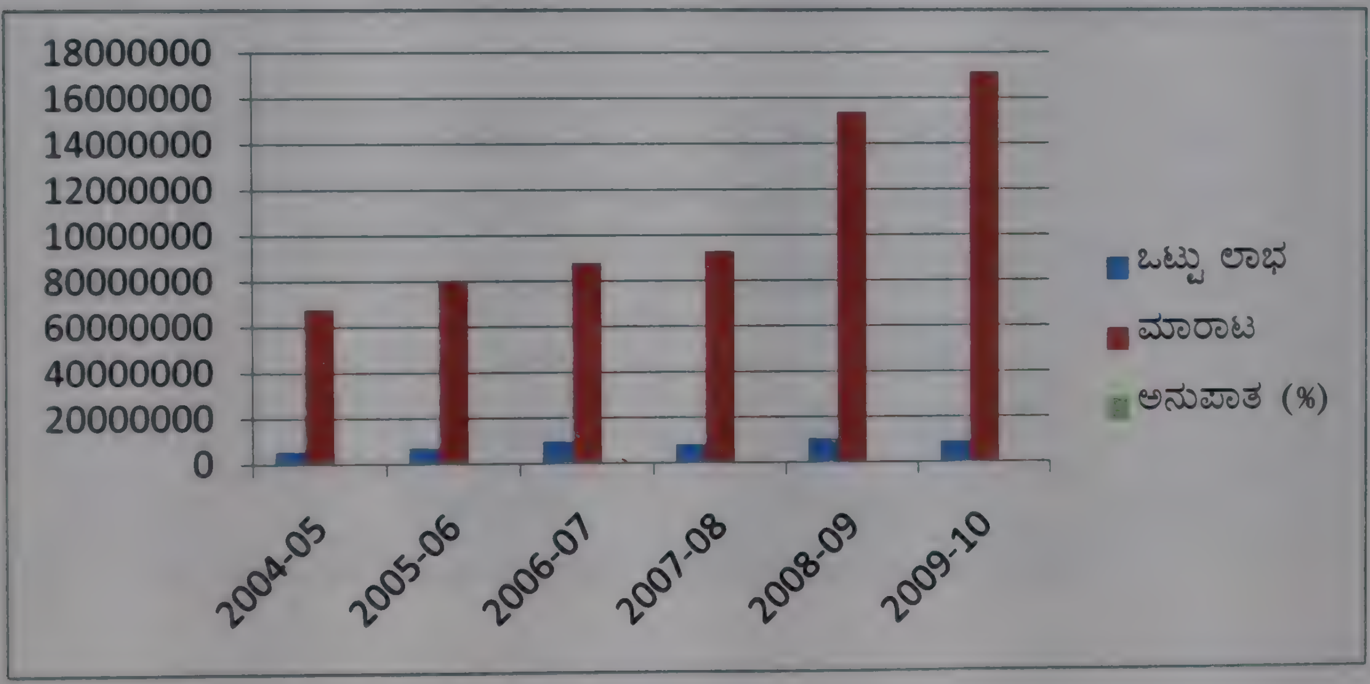
ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 4.11

'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಒಟ್ಟು ಲಾಭ, ಮಾರಾಟ

ವರ್ಷ	ಒಟ್ಟು ಲಾಭ	ಮಾರಾಟ	ಅನುಪಾತ (%)
2004-05	56,66,061	6,79,36,269	8.34
2005-06	70,67,912	8,00,62,777	8.83
2006-07	97,48,872	8,80,06,151	11.07
2007-08	82,40,820	9,29,73,360	8.86
2008-09	1,04,56,980	15,39,40,728	6.79
2009-10	89,97,423	17,14,19,244	5.25

ಮೂಲ: ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿ. 2004-05 ರಿಂದ 2009-10.

ನಕ್ಷೆ 4.7



ವಿವರಣೆ

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಲಾಭಾಂಶದ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಇಳಿಮುಖವಾದುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಅಧ್ಯಯನ ಅವಧಿಯ ಆರಂಭದಲ್ಲಿ 8.34% ಒಟ್ಟು ಲಾಭಾಂಶವಿದ್ದು, 2006-07ನೇ ಸಾಲಿಲ್ಲಿ 11.07% ರಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾಗಿದ್ದು, ತದನಂತರ ಇಳಿಕೆಯಾಗಿ 2009-10ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 5.25% ಆಗಿದೆ. ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮಾರಾಟ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಆದಂತಹ ಹೆಚ್ಚಳ, ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷ ಖರ್ಚುಗಳು, ಶ್ರಮ ವೆಚ್ಚ ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳು ಒಟ್ಟು ಲಾಭಾಂಶದ ಇಳಿಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

b. ನಿವ್ವಳ ಲಾಭದ ಅನುಪಾತ (Net Profit Ratio)

ನಿವ್ವಳ ಲಾಭದ ಅನುಪಾತವು ಒಂದು ಘಟಕದ ನಿವ್ವಳ ಲಾಭ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದ ನೈಜ ಲಾಭಾಂಶವನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸೂತ್ರದ ಮೂಲಕ ಅಳೆಯಬಹುದು.

ನಿವ್ವಳ ಲಾಭದ ಅನುಪಾತ = ನಿವ್ವಳ ಲಾಭ x 100/ ನಿವ್ವಳ ಮಾರಾಟ

ಇಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಿರುವ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಮೂಲಕ, ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ನಿವ್ವಳ ಲಾಭದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬಹುದು.

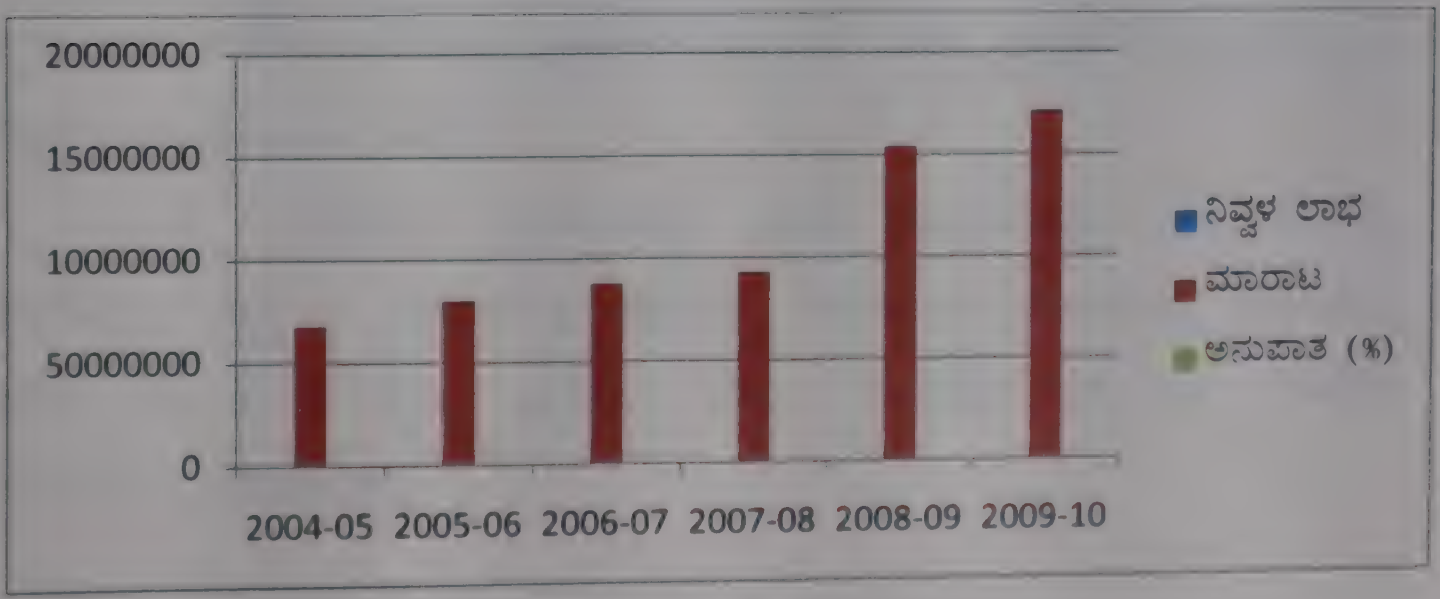
ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 4.12

ಮಾಸ್‌ನ ನಿವ್ವಳ ಲಾಭ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ

ವರ್ಷ	ನಿವ್ವಳ ಲಾಭ	ಮಾರಾಟ	ಅನುಪಾತ (%)
2004-05	38580	6,79,36269	0.05
2005-06	6,54,409	8,00,62,777	0.82
2006-07	2,07,958	8,80,06,151	0.24
2007-08	1,21,289	9,29,73,360	0.13
2008-09	1,69,999	15,39,40,728	0.11
2009-10	2,50,000	17,14,19,244	0.15

ಮೂಲ:ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿ 2004-05 ರಿಂದ 2009-10

ನಕ್ಷೆ 4.8



ವಿವರಣೆ

ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಘಟಕವು ಮಾರಾಟದಿಂದ ಗರಿಷ್ಟ ಮಟ್ಟದ ಲಾಭ ಪಡೆಯಲು ಬಯಸುತ್ತದೆ. ಮಾಸ್ ಒಂದು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ 'ಸೇವೆ' ಯನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕಾದ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ನಿವ್ವಳ ಲಾಭ ಕಡಿಮೆ ಇರಲೇ ಬೇಕಾದುದು ಸರ್ವ ಸತ್ಯ. ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ನಕ್ಷೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮಾಸ್‌ನ ನಿವ್ವಳ ಲಾಭ ಅತೀ ಕನಿಷ್ಟ ಎಂದು ಕಾಣುತ್ತದೆ, ಅದು 1% ಕ್ಕಿಂತಲೂ ಕಡಿಮೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಏರುತ್ತಿರುವ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚವೇ ಆಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಈ ಮೇಲಿನ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಇಂದು ಮಾಸ್ ಸಹಕಾರಿ ರಂಗದಲ್ಲಿ ಮುನ್ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿರುವ ಸಂಸ್ಥೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಸೃಜನಶೀಲತೆಯಿರುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಈ ಸಂಸ್ಥೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು. 'Consignment Trade' ಅಥವಾ ರವಾನೆ ವ್ಯಾಪಾರದ ಮೂಲಕ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ ಅಡಿಕೆಯ ನೇರ ಮಾರಾಟ (Direct Marketing) ವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತು. ಸರಕಾರದಿಂದ ಅಧಿಕೃತವಾಗಿ ಗುರುತಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಸರಕಾರದಿಂದ ಸಹಕಾರಿ ವಲಯಕ್ಕೆ ಮೀಸಲಾಗಿರುವ ಸವಲತ್ತುಗಳನ್ನು ತಾನು ಮತ್ತು ತನ್ನ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಅಥವಾ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಲಭಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಲು 2006ನೇ ಇಸವಿಯಲ್ಲಿ ಸೌಹಾರ್ಧ ಕಾಯ್ದಿಯಿಂದ ಹೊರಂದು ಕರ್ನಾಟಕ ಸಹಕಾರಿ ಕಾಯ್ದೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನೋಂದಾಯಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿತು. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದ, ವಿವಿಧ ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿರುವ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಮೂಲಕವಾಗಿ ಖರೀದಿಸಿ, ನಂತರ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮಾಡಿ ನೇರವಾಗಿ ಗುಜರಾತು ಪ್ರದೇಶದ ಅಂತಿಮ ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ (Ultimate Retail Traders) ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿ, ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತದೆ.

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಖರೀದಿಸುವ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವನ್ನು ಕಂಡಿದೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಖರೀದಿಸಿದ ಅಡಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 4.13

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು

ಕ್ರ.ಸಂ.	ವರ್ಷ	ಪ್ರಮಾಣ ಕ್ವಿಂಟಾಲ್ –ಕೆಜಿ– ಗ್ರಾಂ
1	2001–02	4466–67–400
2	2003–03	5888–67–400
3	2003–04	10215–54–900
4	2004–05	11495–10–500
5	2005–06	9686–38–700
6	2006–07	10256–81–800
7	2007–08	10659–67–800
8	2008–09	16530–06–000
9	2009–10	21564–66–200

ಮೂಲ: ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿಗಳು

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಸ್ಥಾಪನೆಯಾದ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 4,466–67 ಕಿ.ಗ್ರಾಂ. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಖರೀದಿಸಿದ್ದು, ಪ್ರಸ್ತುತ 2009–10 ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 21,564.66 ಕಿ.ಗ್ರಾಂ. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಖರೀದಿಸಿದ್ದು, ಸುಮಾರು 9 ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯವಾದ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡು 2009–10ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 21564.66 ಕಿ.ಗ್ರಾಂ. ಅಡಿಕೆಯ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸೂಚಿಸಿದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು, ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಬಿಂಬಿಸುತ್ತಿದ್ದು, 2007–08ನೇ ಸಾಲಿನ ನಂತರ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುವ ರೈತರ ಪ್ರಮಾಣ ಹೆಚ್ಚಳಗೊಂಡಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕೂಡ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ನೀಡುತ್ತಾ ಬಂದಿದೆ. ಈ ಹಿಂದಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಥೆ ನೀಡಿದ ಸರಾಸರಿ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, 2008–09ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಸರಾಸರಿ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ನೀಡಿರುವುದು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳಿಂದ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ- 4.14

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಸರಾಸರಿ ಬೆಲೆ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ವರ್ಷ	ಬೆಲೆ (ಹಳತು) ರೂ.	ಬೆಲೆ (ಚಾಲಿ) ರೂ.	ಸರಾಸರಿ ಬೆಲೆ ರೂ./ಕಿ.ಗ್ರಾಂ.
1	2001–02	54	45	49.25
2	2002–03	55	45	50.81
3	2003–04	72	60	65.56
4	2004–05	68	56	62.68
5	2005–06	75	60	67.29
6	2006–07	85	73	79.86
7	2007–08	89	75	80.28
8	2008–09	90	78	82.88
9	2009–10	87	71	76.58

ಮೂಲ: ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿಗಳು.

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, 2001–02ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ (ಹಳತು ಅಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಚಾಲಿ) ಅಡಿಕೆಯ ಸರಾಸರಿ ಬೆಲೆ ರೂ.49.25 ಆಗಿದ್ದು, 2008–09ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 82.88ಕ್ಕೆ ಏರಿತು. ಆದರೆ 2009–10ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಸರಾಸರಿ ಬೆಲೆಯ ರೂ.76.58ಕ್ಕೆ ಇಳಿಯಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಅಡಿಕೆಯ ಸರಾಸರಿ ಬೆಲೆ ಕಿ.ಗ್ರಾಂ.ಗೆ ರೂ.60 ರಿಂದ ರೂ.80 ರ ತನಕ ಏರಿಕೆಯಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಕಳೆದ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಇಳಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿದೆ.

ಇದೀಗ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆ ಒಟ್ಟು 14 ಶಾಖೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಬಂಟ್ವಾಳ ತಾಲೂಕಿನ 'ಮಜಿ' ಎಂಬಲ್ಲಿ ಒಂದು ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಘಟಕವನ್ನು 2010 ಡಿಸೆಂಬರ್ 23 ರಂದು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದೆ. ಇದರ ಪ್ರಧಾನ ಶಾಖೆ ಮಂಗಳೂರು ತಾಲೂಕಿನ ಬೈಕಂಪಾಡಿ ವಲಯದ APMC ಪ್ರಾಂಗಣದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಒಟ್ಟು 24 ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಅವಿಭಜಿತ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಗೆ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳನ್ನು ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿಯ ಒಪ್ಪಿಗೆಯ ಮುಖಾಂತರ ನೇಮಕ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ನೇಮಕಗೊಂಡ ಪ್ರತಿ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗೆ ಇದರ ಪ್ರಧಾನ ಶಾಖೆಯಲ್ಲಿ 03 ತಿಂಗಳ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ಇದು ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳಲ್ಲಿ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ.

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಾಧಿಕಾರಿಯು ನೀಡಿದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ 2009-10ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆ ಒಟ್ಟು 21,000 ಟನ್‌ಗಳಷ್ಟು ಅಡಿಕೆಯ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ನಿರ್ವಹಿಸಿದ್ದು, ವಾರ್ಷಿಕ ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟುವಿನ ಪ್ರಮಾಣ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡಬಹುದು. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ 05 ತಾಲೂಕುಗಳ ಅಡಿಕೆ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಸುಳ್ಯ ತಾಲೂಕು ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದು, ಮಂಗಳೂರು ತಾಲೂಕಿನಿಂದ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಸ್ಪಂದನೆ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದೆ. ಸುಳ್ಯ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ರಬ್ಬರ್ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ಕೂಡ 'ಮಾಸ್' ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದು, ಇದರಿಂದಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರೊಂದಿಗೆ, ರಬ್ಬರ್ ಬೆಳೆಗಾರರ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯು ಊರ್ಜಿತಗೊಂಡಿದೆ.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಈ ಮೇಲೆ ಚರ್ಚಿಸಿದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆ ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಪ್ರಬಲ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಮುನ್ನಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯ. ರೈತರು ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚು ಸ್ಪಂದಿಸಬೇಕಾಗಿದ್ದು, ಇದರ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದು, ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹಣಕಾಸು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಗೊಂಡು, ಸಹಕಾರಿ ರಂಗದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಗೊಳಿಸುವ ಎಲ್ಲಾ ಗುಣಗಳು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆ ಹೊಂದಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಅಧ್ಯಾಯ–5

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಗಳು – ಅಧ್ಯಯನದ ಫಲಿತಗಳು ಮತ್ತು ಪರಾಮರ್ಶನೆ

ಅಧ್ಯಾಯ 5

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಗಳು – ಅಧ್ಯಯನದ ಫಲಿತಗಳು ಮತ್ತು ಪರಾಮರ್ಶನೆ

ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಯ ಮೂಲಕ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದ ಉಪಯುಕ್ತ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು ಐದು ತಾಲೂಕುಗಳಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು 'Sample Survey' ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಿಕೊಂಡು ಅದರಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಗೊತ್ತುಪಡಿಸಿ ಪ್ರೌಢಪ್ರಬಂಧಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ. ಲಭಿಸಿದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರದ ವಿವಿಧ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ, ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಿ, ವರ್ಗೀಕರಣಗೊಳಿಸಿ (Tabulation), ತೀರ್ಮಾನಗಳನ್ನು (Inference) ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಫಲಿತಗಳ ಸತ್ಯಾಂಶಗಳ ನಿಖರತೆಗಾಗಿ Chi-square ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ, Standard Deviation ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದ ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನಿರ್ಣಯಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ನೀಡಿದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಿ ನೈಜ ಸಂಗತಿಗಳನ್ನು ಶೋಧಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಫಲಿತಗಳನ್ನು ನಿರ್ಣಯಗಳ ಮೂಲಕ, ಕೋಷ್ಟಕಗಳ ಮೂಲಕ, ರೇಖಾಚಿತ್ರಗಳ ಮೂಲಕ ಹಾಗೂ ನಕ್ಷೆಗಳ ಮೂಲಕ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಇಡೀ ಪ್ರೌಢ ಪ್ರಬಂಧದ ಪ್ರಮುಖ ಅಧ್ಯಾಯವನ್ನಾಗಿ ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

5.1. ವಯಸ್ಸಿನ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ನಸುನೋಟ:

ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಬಹುತೇಕ ಜನರು ತಮ್ಮ ಜೀವನದ ಮೂಲಾಧಾರವಾಗಿ ಕೃಷಿಯನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಕೃಷಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ ಹಳ್ಳಿಗರು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ತಮ್ಮನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು, ರೈತರ ಆದಾಯವು ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಹಾಗೂ ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ

ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ರೈತರುಗಳನ್ನು ವಯಸ್ಸಿನ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಅವಲೋಕಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಐದು ತಾಲೂಕುಗಳ ಒಟ್ಟು 300 ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು "ಮಾದರಿ ಸರ್ವೇಕ್ಷಣ" (Sample Survey) ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಸಮೀಕ್ಷೆ ನಡೆಸಿದಾಗ, ಶೇಕಡಾ 43.33 ರಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು 41 ವರ್ಷಗಳಿಂದ 60 ವರ್ಷಗಳ (41–60) ಪ್ರಾಯದ ವರ್ಗದಲ್ಲಿರುವುದು ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಈ ವರ್ಗದಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದು, 25–40 ವರ್ಷಗಳ ವರ್ಗದಲ್ಲಿ ಶೇಕಡಾ 40ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ 60 ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಮೇಲ್ಪಟ್ಟ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ ಅತೀ ಕನಿಷ್ಟವಾಗಿದ್ದು ಕೇವಲ 15.67% ರಷ್ಟಾಗಿದೆ ಮತ್ತು 25 ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಕೆಳಗಿನ ಪ್ರಾಯದ ಯುವ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಿಲ್ಲ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಮೂಲಕ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ವಯಸ್ಸಿನ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಹಂಚಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.1

ವಯಸ್ಸಿನ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ವಿಂಗಡನೆ

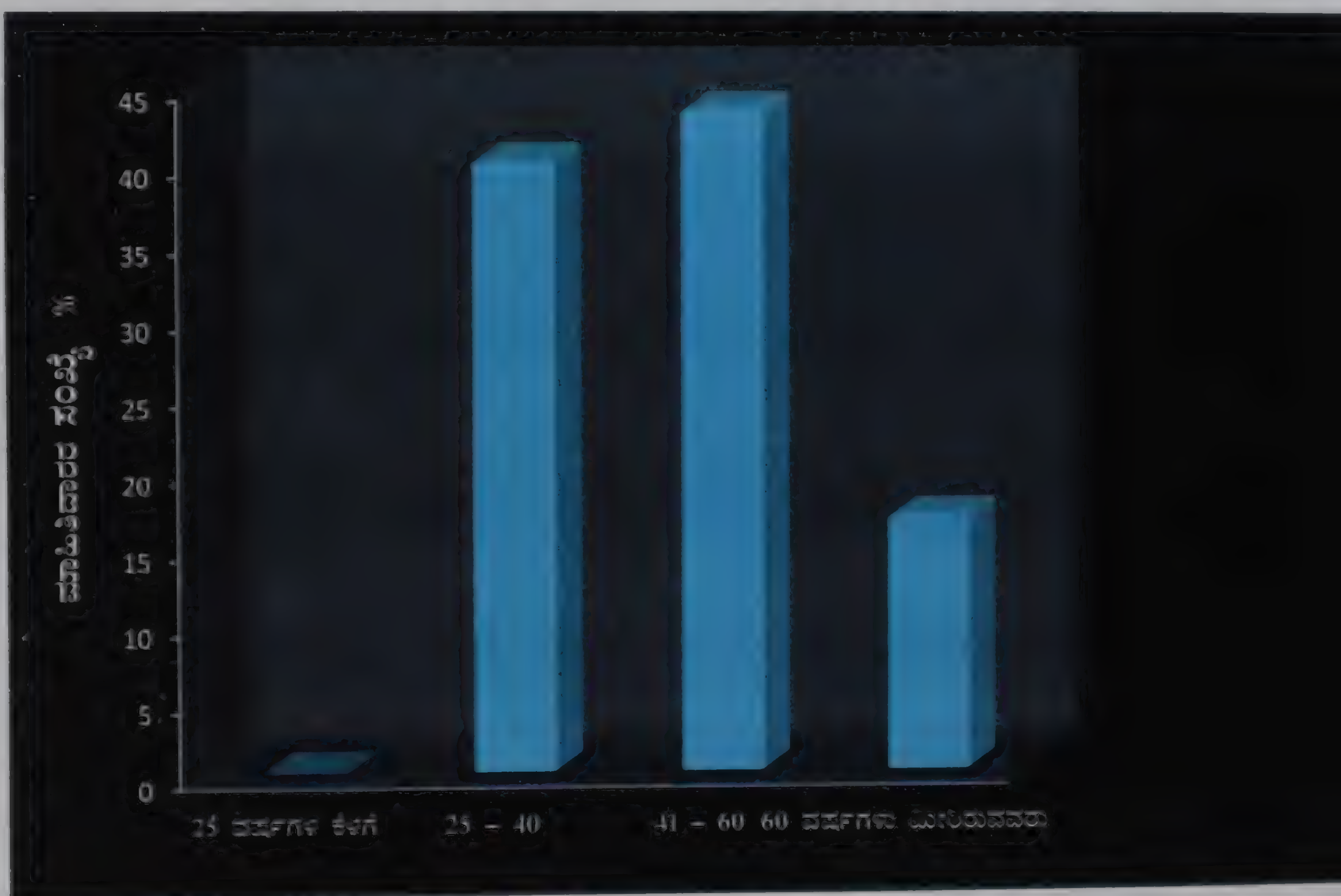
ಕ್ರಸಂ.	ವಯಸ್ಸು	ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡ)
1	25 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ.	00	0.0 %
2	25 – 40.	120	40.0 %
3	41 – 60.	130	43.3 %
4	60 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.	50	16.7 %
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0 %**

ಮೂಲ : ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು. 2009–10

ಮೇಲಿನ ವಿಷಯವನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಕಂಡುಬರುವ ವಿಶೇಷವೇನೆಂದರೆ, ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಧ್ಯಮ ಪ್ರಾಯದವರು. ತರುಣ ಪ್ರಾಯದ ಬೆಳೆಗಾರರು ಕಂಡು ಬಾರದಿದ್ದುದರಿಂದ, ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಿಂದ ದೂರ ಸರಿಯುತ್ತಿರುವುದು ಗಮನಾರ್ಹ.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ–5.1

ವಯಸ್ಸಿನ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ವಿಂಗಡನೆ



5.2. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಮಟ್ಟ :

ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಬಹು ನಿಕಟವಾದ ಸಂಬಂಧವಿದೆ. ಉತ್ತಮ ಶಿಕ್ಷಣ, ತರಬೇತಿ, ಕೃಷಿ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಆಧುನಿಕ ಕೃಷಿ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ವೈಚಾರಿಕವಾಗಿ ಅಳವಡಿಸಲು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ. ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಲಾಭದಾಯಕತೆ (Profitability) ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು, ರೈತರಿಗಿರುವ ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ವಿದ್ಯೆ ಒಂದು ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗವಾಗಿ ಪ್ರಭಾವ



ಬೀರುತ್ತದೆ. ಮುಂದೆ ತಿಳಿಸಿರುವ ಕೋಷ್ಟಕವು ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಪಡೆದಿರುವ ಶಿಕ್ಷಣದ ಬಗ್ಗೆ ವಿವರ ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.2

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಮಟ್ಟ

ಕ್ರಸಂ	ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಸ್ಥಾನಮಾನ	ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡ)
1	ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸ ಇಲ್ಲ	65	21.7 %
2	ಎಸ್.ಎಸ್.ಎಲ್.ಸಿ. ತನಕ	117	39.0 %
3	ಪಿ.ಯು.ಸಿ.	58	19.3 %
4	ಪದವಿ	55	18.3 %
5	ಡಿಪ್ಲೋಮ	05	1.7 %
6	ಸ್ನಾತಕೋತ್ತರ ಪದವಿ	00	0.0 %
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0 %**

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು 2009–10.

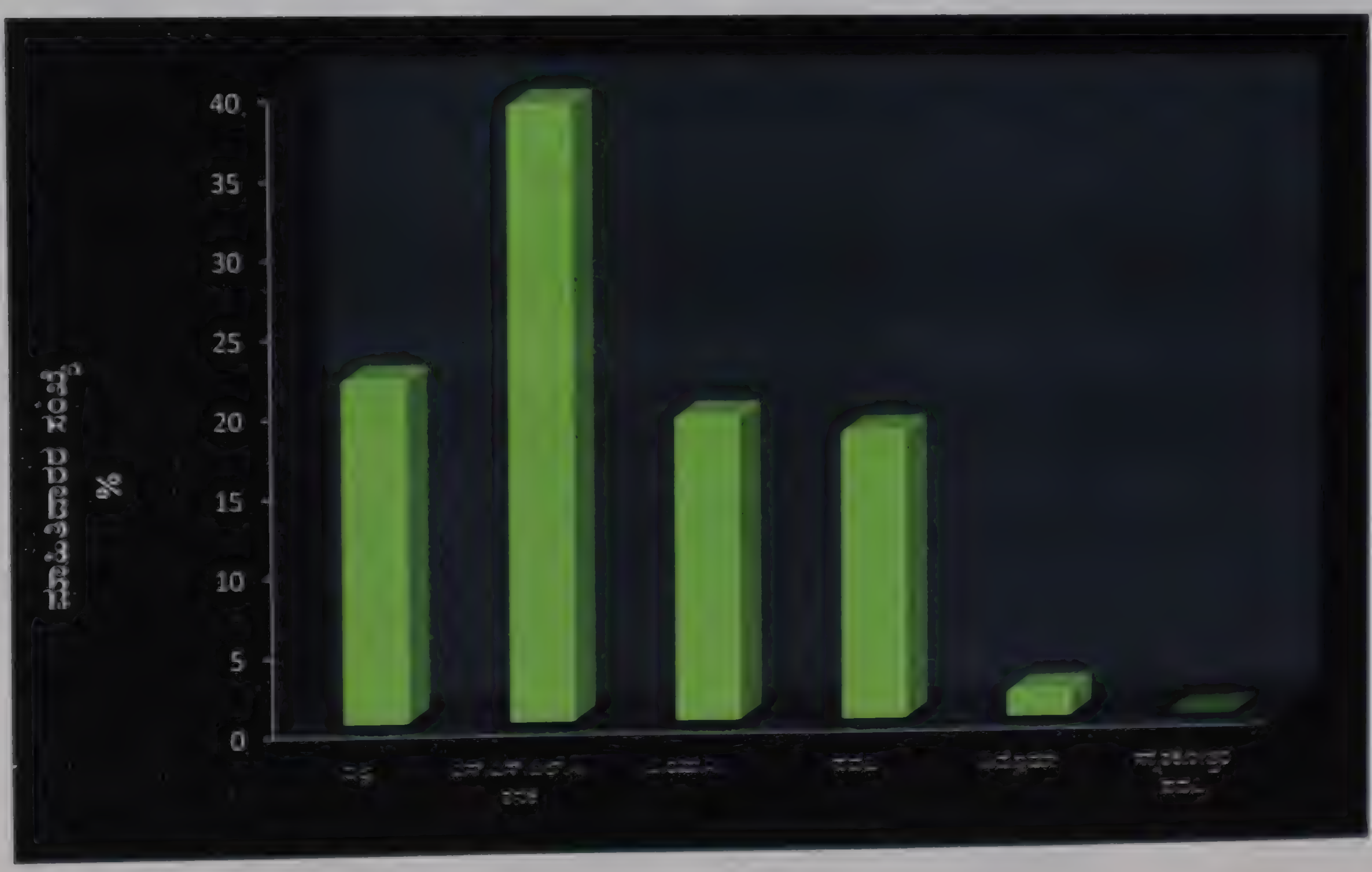
ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ 39% ರಷ್ಟು ರೈತರು ಎಸ್.ಎಸ್.ಎಲ್.ಸಿ. ತನಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆದವರಾಗಿದ್ದು, ಪಿ.ಯು.ಸಿ. ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು 19.3% ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಪದವಿ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡ ರೈತರು 18.33% ರಷ್ಟು ಇದ್ದು, ಡಿಪ್ಲೋಮಾ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು 1.7% ರಷ್ಟು ರೈತರು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಆದರೆ ಇಲ್ಲಿ ಕಂಡುಕೊಂಡಂತಹ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಅಂಶವೇನೆಂದರೆ ಸ್ನಾತಕೋತ್ತರ ಪದವಿಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಂತಹ ಪದವೀಧರರು ಯಾರೂ ತಮ್ಮನ್ನು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಶೇಕಡಾ 21.7% ರಷ್ಟು ಕೃಷಿಕರು ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರಾಗಿದ್ದಾರೆ.

ರೈತರಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಣದ ಕೊರತೆಯಿರುವುದರಿಂದ ಇಂದು ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದ ಬಗ್ಗೆ ಅಲ್ಪ ಜ್ಞಾನವಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಅದೇ ರೀತಿ, ಇಂದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಕೃಷಿಕರು

ಸಂಘಟಿತರಾಗಿಲ್ಲ, ಚೌಕಾಶಿ ಶಕ್ತಿಯ ಕೊರತೆಯಿದೆ. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದರೂ, ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಸದಸ್ಯರಾಗಿ ಸೇರುವುದಿಲ್ಲ. ಸದಸ್ಯರಾಗಿ ನೊಂದಾವಣೆ ಮಾಡಿದ್ದರೂ, ಸಹಕಾರಿ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ತನ್ನಲ್ಲಿ ಅಂತರ್ಗತಗೊಳಿಸದೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯ (Effective participation) ಕೊರತೆಯಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಮನೋಭಾವನೆ, ಇಂದು ರೈತರಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಮೂಡದೆ ಇರಲು ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ, ರೈತರಲ್ಲಿ ಅಲ್ಪ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸ ಅಥವಾ ಅನಕ್ಷರತೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಆದುದರಿಂದ 'ಕೃಷಿ ಸಾಕ್ಷರತೆ' ಯ ಅಭಾವ ಇಂದು ಕಂಡುಬರುತ್ತಿದೆ.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.2

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಮಟ್ಟ



5.3. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ವೃತ್ತಿ ರಚನೆ :

ಕೃಷಿ ಒಂದು ಮೂಲಾಧಾರ ಕಸುಬಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿದೆ. ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿನ ಆದಾಯದ ಪ್ರಮಾಣ ಏರಿಳಿತವಾಗುತ್ತಿದ್ದರೂ, ಬಹುತೇಕ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನೇ ಮುಖ್ಯ ಕಸುಬನ್ನಾಗಿ ಮುಂದುವರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾದ ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯದ ಮಾಹಿತಿಯ ಆಧಾರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಂತೆ, ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರತಿಸ್ಪಂದಿಸಿದವರು (respondents), ಅಂದರೆ 76.7% ರಷ್ಟು ರೈತರು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನೇ ಮುಖ್ಯ ಕಸುಬನ್ನಾಗಿ ಆರಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. 4.0% ರಷ್ಟು ಜನರು ಮರಗೆಲಸ (ಬಡಗಿ),6.7% ರಷ್ಟು ರೈತರು ಅಧ್ಯಾಪಕ ವೃತ್ತಿಯವರಾಗಿದ್ದು, ಇನ್ನಿತರ 12.6% ರೈತರು ಇತರ ವೃತ್ತಿಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು, ಇದರ ಜೊತೆಗೆ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನೂ ಮುನ್ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ವೃತ್ತಿ ರಚನೆಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 5.3

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ವೃತ್ತಿ ರಚನೆ (Occupational Structure)

ಕ್ರಸಂ.	ವೃತ್ತಿಗಳು	ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡ)
1	ಕೃಷಿ	230	76.7%
2	ಬಡಗಿ	12	4.0%
3	ಅಧ್ಯಾಪಕರು	20	6.7%
4	ಉಳಿದವರು*	38	12.6%
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0%**

(χ^2= 431.84: P< 0.001, HS, d.f.= 3.)

***ಸೂಚನೆ:** ಉಳಿದವರು ಈ ವರ್ಗದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ತೃತೀಯ ರಂಗದ ಉದ್ಯೋಗಗಳು ಮತ್ತು ದ್ವಿತೀಯ ರಂಗದ ಉದ್ಯೋಗಗಳು ಸೇರಿರುತ್ತವೆ.

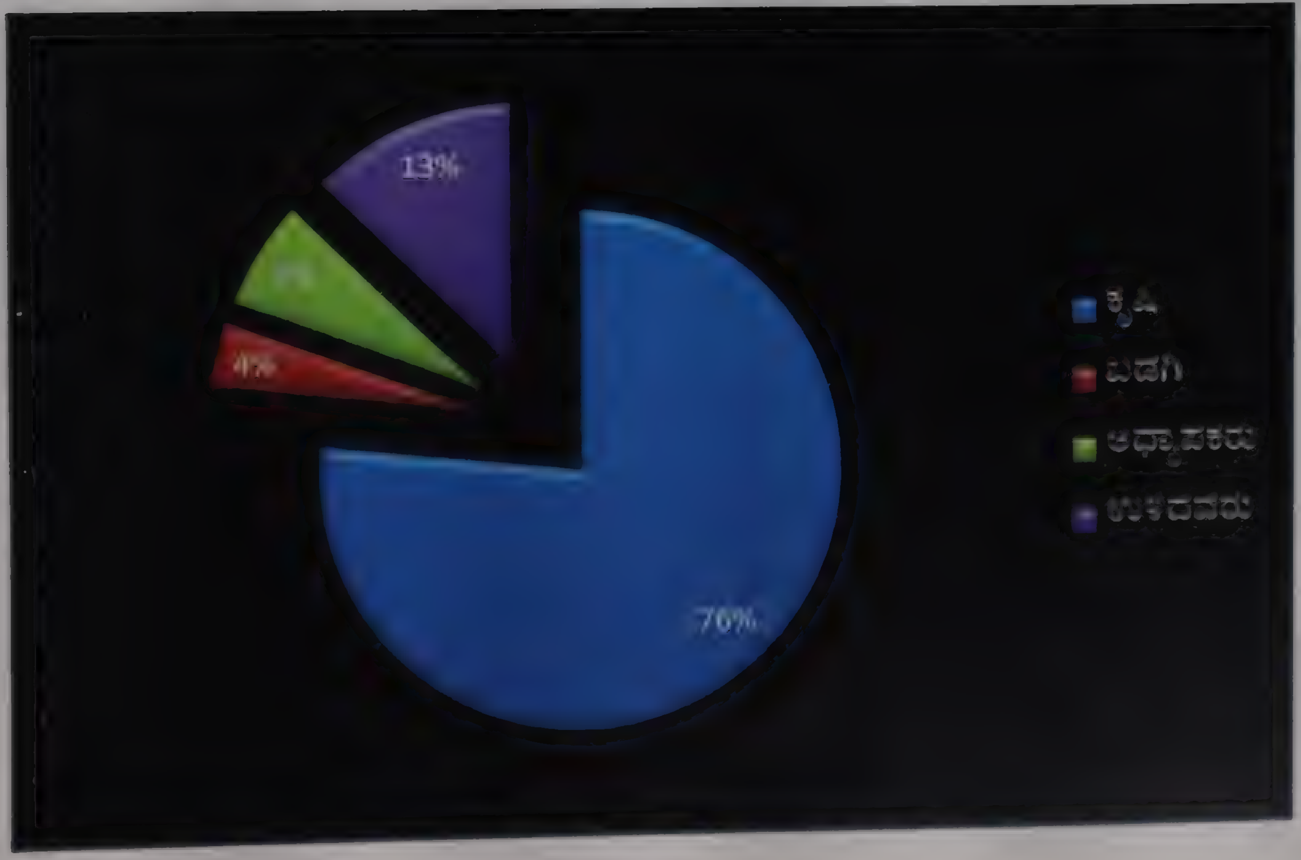
ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು 2009–10.

Chi-Square Analysis ನ ಪ್ರಕಾರ, ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿನ ಫಲಿತದಂತೆ, ಕೃಷಿಕರ ವಿವಿಧ ವೃತ್ತಿಗಳ ನಡುವೆ ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾದ ಭಿನ್ನತೆ (difference) ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. χ^2= 431.84; $P< 0.001$, HS, d.f.= 3.

ಈ ಮೇಲಿನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ರೈತರ ಮುಖ್ಯ ವೃತ್ತಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನೆ ಮೂಲ ಜೀವನಾಧಾರ ಕಸುಬನ್ನಾಗಿ ಆರಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಅದುದರಿಂದ, ಇವರುಗಳ ಮುಖ್ಯ ಆದಾಯ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಿಂದಲೇ ಲಭಿಸುವುದು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದಕ್ಷತೆ, ಅಡಿಕೆಯ ಧಾರಣೆ, ಅಡಿಕೆಯ ಬೇಡಿಕೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳು ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ರೈತರ ಜೀವನಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.3

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ವೃತ್ತಿ ರಚನೆ



ಕೃಷಿ ಒಂದು ವೃತ್ತಿ, ಪ್ರವೃತ್ತಿ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಧರ್ಮ ಮತ್ತು ಕಸುಬಾಗಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಹಾಸುಹೊಕ್ಕಾಗಿ ಬೆಳೆದಿದೆ. ಈ ಮೊದಲೇ ಕಂಡುಕೊಂಡಂತೆ ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದರೂ, ಇನ್ನು ಕೆಲವರು ತಮ್ಮ ಮುಖ್ಯ ವೃತ್ತಿಯನ್ನಾಗಿ ಇನ್ನಿತರ ಉದ್ಯೋಗಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡು ಕೃಷಿಯನ್ನು ಉಪವೃತ್ತಿಯನ್ನಾಗಿ ಅನುಸರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ 23.4% ರಷ್ಟು ರೈತರುಗಳು ಮುಖ್ಯ ವೃತ್ತಿಯನ್ನಾಗಿ ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ತಲೆಬಾಗಿರುವುದು ಒಂದು ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ ಅಂಶ. ಕೃಷಿ ಒಂದು ಜೀವನದ ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗವಾಗಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ರೈತರುಗಳಲ್ಲಿ ಹಾಸುಹೊಕ್ಕಾಗಿ ಬೆಳೆದಿದೆ.

5.4. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಭೂಹಿಡುವಳಿಯ ಪ್ರಮಾಣ:

ರೈತರ ಭೂಹಿಡುವಳಿಯ ಪ್ರಮಾಣ, ಉತ್ಪಾದನಾ ದಕ್ಷತೆ, ಕೃಷಿಯಾಂತ್ರೀಕರಣ (Mechanization in Agriculture), ಉತ್ಪಾದಕತೆ (Productivity), ಹಾಗೂ ಕೃಷಿಕರ ಆದಾಯವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರದೇಶದ ಕೃಷಿಕರು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಉತ್ತರಾಧಿಕಾರ ನಿಯಮ (Law of inheritance) ಕ್ಕೆ ಬದ್ಧರಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಮಧ್ಯಮ ಗಾತ್ರದ ಭೂಹಿಡುವಳಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬಂದಿವೆ. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಭೂಹಿಡುವಳಿಯ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಗಾತ್ರವನ್ನು ಮುಂದಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.4

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಭೂಹಿಡುವಳಿಯ ಪ್ರಮಾಣ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಭೂಹಿಡುವಳಿಯ ಗಾತ್ರ	ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡ)
1	01 ಎಕ್ರೆಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ.	60	20.0 %
2	05 ಎಕ್ರೆಗಳೊಳಗೆ.	162	54.0 %
3	05 ರಿಂದ 10 ಎಕ್ರೆಗಳು.	58	19.3 %
4	10 ಎಕ್ರೆಗಳಿಂದ ಹೆಚ್ಚು.	20	6.7 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

($\chi^2 = 148.10$; $P < 0.0001$, HS d.f = 3)

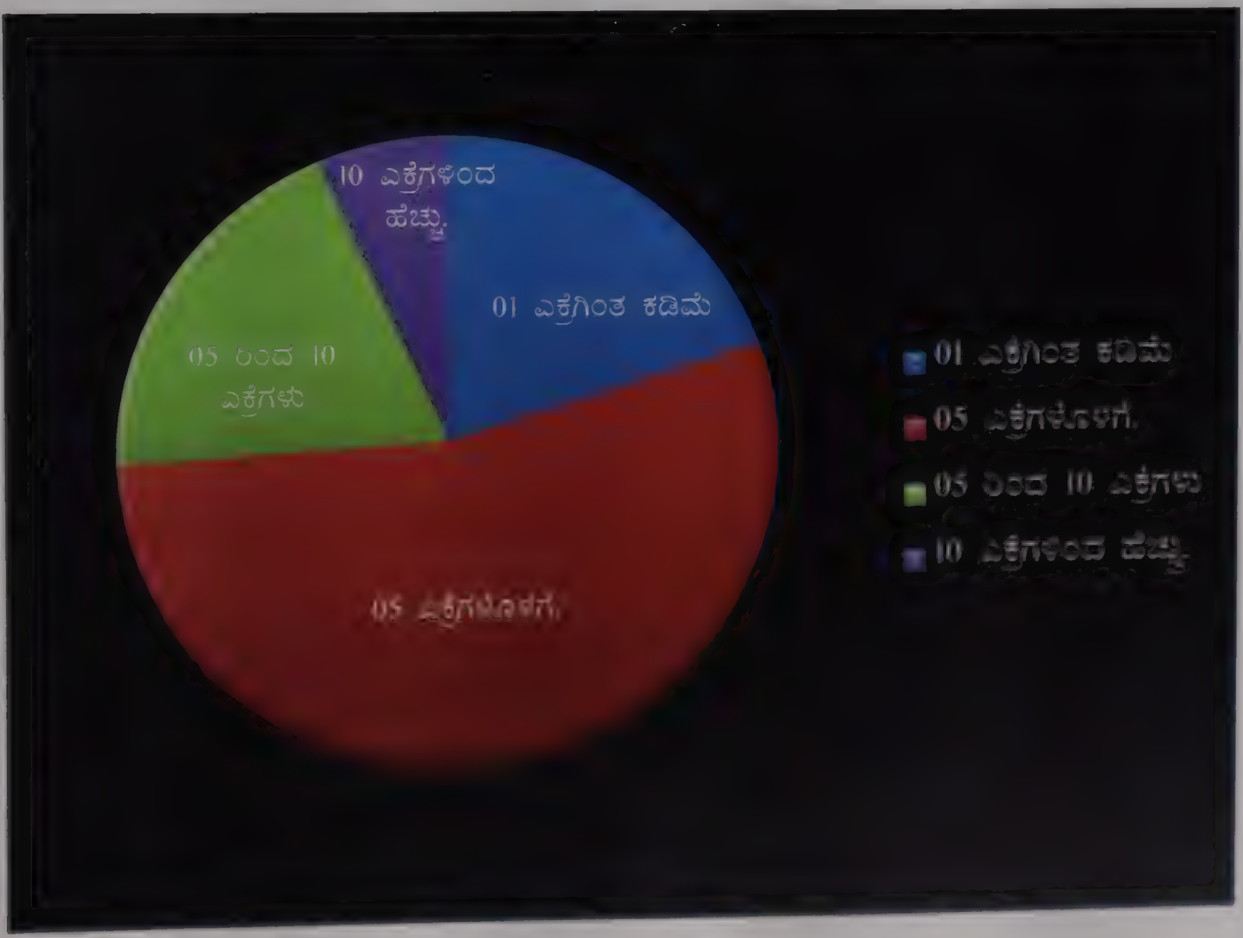
ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು.

ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ 54% ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು 01 ಎಕರೆಯಿಂದ 05 ಎಕರೆವರೆಗೆ ಭೂಹಿಡುವಳಿ ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ. ಶೇಕಡ 19.3ರಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು 05 ರಿಂದ 10 ಎಕರೆಗಳ ವರೆಗೆ ಭೂಹಿಡುವಳಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, 20% ರೈತರು 01 ಎಕರೆಗಳಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಹಿಡುವಳಿದಾರರಾಗಿದ್ದು, ಅತೀ ಸಣ್ಣ ರೈತರ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ ಶೇಕಡಾ 6.7 ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾತ್ರ 10 ಎಕರೆಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಜಮೀನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. Chi-Square Test ನ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಈ ಕೆಳಗಿನಂತೆ ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ನಿರೂಪಿಸಬಹುದು. $\chi^2 = 148.10$; $P < 0.0001$,S d.f = 3.

ಈ ಮೇಲಿನ ಫಲಿತದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಕೃಷಿಕರ ಭೂಹಿಡುವಳಿಯಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಭಿನ್ನತೆಯು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ಕೃಷಿಕರು ಸಣ್ಣ ರೈತರಾಗಿದ್ದು, 1 ರಿಂದ 5 ಎಕರೆಗಳಷ್ಟು ಹಿಡುವಳಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಡಿಕೆಧಾರಣೆಯನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡಾಗ, ಹಿಡುವಳಿಯಲ್ಲಿ ಲಭಿಸುವ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ವ್ಯಯಿಸುವ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವು ರೈತರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೊಂದಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡುವ ಅನಿವಾರ್ಯತೆಯಿದೆ.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.4

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಭೂಹಿಡುವಳಿಯ ಪ್ರಮಾಣ





5.5. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ನೀರಾವರಿ ವಿಧಾನ :

ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವಲ್ಲಿ ನೀರಾವರಿಯ ವಿಧಾನಗಳು (Methods Irrigation) ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ, ವಾಣಿಜ್ಯ ಕೃಷಿಯಾಗಿದ್ದು, ಲಾಭದಾಯಕತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವಲ್ಲಿ ನೀರಾವರಿ ವಿಧಾನಗಳು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ, 74% ರಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರು ಆಧುನಿಕ ವಿದ್ಯುತ್ ಚಾಲಿತ ಮೋಟಾರುಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದು, 15.7% ದಲ್ಲಿ ರೈತರು ಡೀಸೆಲ್ ಪಂಪ್‌ಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ 10.3% ದಷ್ಟು ರೈತರು ಇನ್ನೂ ಸೀಮೆ ಎಣ್ಣೆ ಚಾಲಿತ ಪಂಪ್‌ಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿವೆ. ಆದರೆ ನೀರಾವರಿಗಾಗಿ ಸಾಂಪ್ರಾದಾಯಿಕ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವ ರೈತರು ಯಾರೂ ಕಂಡು ಬಂದಿಲ್ಲ. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ನೀರಾವರಿ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 5.5

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ನೀರಾವರಿ ವಿಧಾನ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ನೀರಾವರಿ ವಿಧಾನ	ಬಳಕೆದಾರರು	% (ಶೇಕಡ)
1	ಸೀಮೆಎಣ್ಣೆ ಪಂಪ್	31	10.3 %
2	ಡೀಸೆಲ್ ಪಂಪ್	47	15.7 %
3	ವಿದ್ಯುಚ್ಛಕ್ತಿ ಪಂಪ್	222	74.1 %
4	ಮಾನವ ಶಕ್ತಿ	00	0.0 %
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0 %**

$\chi^2 = 224.54$; $P<0.0001$, HS. d.f = 2

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು.

Chi-Square analysis ಪ್ರಕಾರ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಫಲಿತ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ.

$\chi^2 = 224.54$; $P < 0.0001$, HS d.f = 2. ಮೇಲಿನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯ ಆಧುನೀಕರಣದ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲಬಹುದು. ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಕಾರರು, ವಿದ್ಯುತ್‌ಚ್ಛಕ್ತಿಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಕೃಷಿಯ ಆಧುನೀಕತೆಗೆ ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚಕ್ಕೆ ಒತ್ತು ನೀಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬ ಅಂಶವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಫಲಿತದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಸಾರ್ವತ್ರೀಕರಿಸಬಹುದು ಆದರೆ ತೀರಾ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ಬೆಳೆಗಾರರು ವಿದ್ಯುಚ್ಛಕ್ತಿ ಪೂರೈಕೆಯ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಇನ್ನೂ ಡೀಸೆಲ್ ಮತ್ತು ಸೀಮೆ ಎಣ್ಣೆ ನೀರಾವರಿ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಇಂಧನವಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಇಂತಹ ರೈತರುಗಳ ಭೂಹಿಡುವಳಿ ಅತೀ ಸಣ್ಣದಿದ್ದು, ಕಡಿಮೆ ವಾರ್ಷಿಕ ಆದಾಯ ಹೊಂದಿದವರಾಗಿದ್ದಾರೆ.

ಇದಲ್ಲದೆ, ಇನ್ನೊಂದು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಅಂಶವೇನೆಂದರೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಚದುರಿದ (fragmented) ವಿಂಗಡಿಸಲ್ಪಟ್ಟ (Subdivided) ಮತ್ತು ಅತೀ ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿ (Small holding) ಹೊಂದಿದ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರು ಸೀಮೆಎಣ್ಣೆ ಮತ್ತು ಡೀಸೆಲ್ ಪಂಪ್‌ಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಇದು ರೈತರ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದಲ್ಲದೆ ಸಂಚಿತ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ತಡೆಗಳಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸುತ್ತದೆ. ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ 42.67% ದಷ್ಟು ರೈತರು. ಚದುರಿದ ಭೂಹಿಡುವಳಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.

5.6. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ನೀರಾವರಿಯ ಮೂಲಗಳು :

ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ವಿಸ್ತರಣೆಯಾದಂತೆ ನೀರಿನ ಬಳಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣವೂ ಹೆಚ್ಚುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ರೈತರು ಅಂತರ್ಜಲವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುವುದು ಸಾರ್ವತ್ರಿಕ ಸತ್ಯ. ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರದೇಶದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ 47.7% ದಷ್ಟು ರೈತರು ಕೊಳವೆ ಬಾವಿಯನ್ನು ನೀರಾವರಿಯ ಮೂಲವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದು, 33.7% ದಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಕೊಳವೆ ಬಾವಿ ಮತ್ತು ಬಾವಿಯನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿರುವುದು ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಆದರೆ 17.3% ದಷ್ಟು ರೈತರು ಕೆರೆ ಬಾವಿಗಳನ್ನು ಮತ್ತು 1.3% ದಷ್ಟು ರೈತರು ಇನ್ನೂ ನದಿ ತೊರೆಗಳ ನೀರನ್ನು ಕೃಷಿಗೆ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುವ ನೀರಾವರಿ ಮೂಲಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.6

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ನೀರಾವರಿಯ ಮೂಲಗಳು

ಕ್ರಸಂ.	ನೀರಾವರಿಯ ಮೂಲಗಳು	ಬಳಕೆದಾರರು	% (ಶೇಕಡಾ)
1	ಬಾವಿ.	52	17.3 %
2	ಕೊಳವೆ ಬಾವಿ.	143	47.7 %
3	ನದಿ/ತೊರೆ.	04	1.3 %
4	ಬಾವಿ ಮತ್ತು ಕೊಳವೆ ಬಾವಿ.	101	33.7 %
ಒಟ್ಟು		300	100.0 %

(χ^2 = 144.93 ; P<0.0001, HS d.f = 3.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು.

ಈ ಮೇಲಿನ ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ಫಲಿತದ (χ^2 = 144.93 ; P<0.0001, HS d.f = 3) ಪ್ರಕಾರ, ಇಂದು ರೈತರುಗಳು ನೀರಿನ ಮೂಲಗಳಲ್ಲಿ ಅನಿರ್ದಿಷ್ಟತೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಭವಿಷ್ಯದ ಗಂಡಾಂತರಗಳನ್ನು (Risk) ತಪ್ಪಿಸಲೋಸುಗ, ಕೆರೆ, ಬಾವಿ ಮತ್ತು ಕೊಳವೆ, ಬಾವಿ ಎರಡನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ವರ್ತಮಾನ ಮತ್ತು ಭವಿಷ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ರೈತರುಗಳು ಜಾಗೃತರಾಗಿರುವುದು ಧಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರುಗಳಿಗೆ ಅಂತರ್ಜಲದ ಅಭಾವದ ಬಗ್ಗೆ ಜಾಗೃತಿಯಿದ್ದರೂ ಕೊಳವೆ ಬಾವಿ ಮತ್ತು ಇತರ ಬಾವಿಗಳಿಗೆ ಜಲ ಮರುಪೂರಣ ತಂತ್ರವನ್ನು ಕೈಗೊಂಡಿಲ್ಲ. ಇದು ಸುಸ್ಥಿರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಜಲಸಂರಕ್ಷಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ರೈತರಿಗಿರುವ ಕಾಳಜಿಯ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

5.7. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಿಂದ ಬರುವ ವಾರ್ಷಿಕ ಆದಾಯ:

ಪ್ರಸ್ತುತ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವುದು ಸಾಮಾನ್ಯ ಅಂಶ. ಆದುದರಿಂದ, ರೈತರು ಕೃಷಿಯೊಂದಿಗೆ ಕೃಷಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವೃತ್ತಿಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಎಂಬುದು ಈ ಮೊದಲೇ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಕೆಲವೊಂದು ಬೆಳೆಗಾರರು ನೈಪುಣ್ಯತೆಯಿರುವ ಕೆಲಸಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವುದರಿಂದ ಉತ್ತಮ ಆದಾಯವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. 43.3% ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ರೂ. 10,000 ದಿಂದ 40,000 ವರೆಗಿನ ಆದಾಯವನ್ನು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಿಂದ ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. 30% ರೈತರುಗಳು ರೂ. 41,000 ದಿಂದ 60,000 ವರೆಗಿನ ವಾರ್ಷಿಕ ವರಮಾನವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದುದರಿಂದ ಒಟ್ಟು 70.3 ಶೇಕಡಾ ರೈತರುಗಳು ಉತ್ತಮ ಆದಾಯವನ್ನು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಿಂದ ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. 12.7% ದಷ್ಟು ರೈತರು

ರೂ.10,000 ಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಆದಾಯ ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದು, 14% ರಷ್ಟು ರೈತರು ರೂ.60,000 ಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ವಾರ್ಷಿಕ ವರಮಾನ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಿಂದ ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.*[1]

5.8. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರ ಕುಟುಂಬದ ಒಟ್ಟು ವಾರ್ಷಿಕ ವರಮಾನ :

ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಆ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರ ವಾರ್ಷಿಕ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ತಲಾ ಆದಾಯವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಆಧ್ಯಯನ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರ ಮುಖ್ಯ ಕಸುಬು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಾದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆಯಿಂದ ಲಭಿಸುವ ಆದಾಯ ಜನರ ಜೀವನಮಟ್ಟವನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ಪ್ರಕಾರ 52.3% ದಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ರೂ.50,000 ದಿಂದ 1,00,000 ವರೆಗಿನ ವಾರ್ಷಿಕ ವರಮಾನವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದು, 23% ದಷ್ಟು ರೈತರು ರೂ.1,00,000 ದಿಂದ 1,50,000 ವರೆಗಿನ ಒಟ್ಟು ವರಮಾನವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಒಂದು ಆಶಾವಾದಿ ಫಲಿತವಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ರೂ.1,50,000 ದಿಂದ 2,00,000 ವರೆಗಿನ ವರಮಾನವನ್ನು ಪಡೆಯುವವರ ಸಂಖ್ಯೆ ಕೇವಲ 4.3% ರಷ್ಟಾಗಿದ್ದು, 2,00,000 ರೂಪಾಯಿಗಿಂತ ಅಧಿಕ ವರಮಾನವನ್ನು 2.71 ರಷ್ಟು ರೈತರು ಮಾತ್ರ ಇನ್ನೊಂದು ಮಗ್ಗುಲಲ್ಲಿ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ 17.7% ರಷ್ಟು ರೈತರು ರೂಪಾಯಿ 50,000 ಗಿಂತಲೂ ಕಡಿಮೆ ಆದಾಯವನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರಲ್ಲಿಯೂ ಬಡತನವಿರುವುದು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರ ವಾರ್ಷಿಕ ಆದಾಯದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.7

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರ ವಾರ್ಷಿಕ ವರಮಾನ

ಕ್ರಸಂ.	ವಾರ್ಷಿಕ ವರಮಾನ (ರೂ .ಗಳಲ್ಲಿ)	ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡ)
1.	ರೂ. 50,000 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	53	17.7 %
2	ರೂ. 50,000 –1,00,000	117	52.3 %
3	ರೂ. 1,00,000 – 1,50,000	69	23.0 %
4	ರೂ. 1,50,000 – 2,00,000	13	4.3 %
5	ರೂ. 2,00,000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	08	2.7 %
ಒಟ್ಟು		300	100.0 %

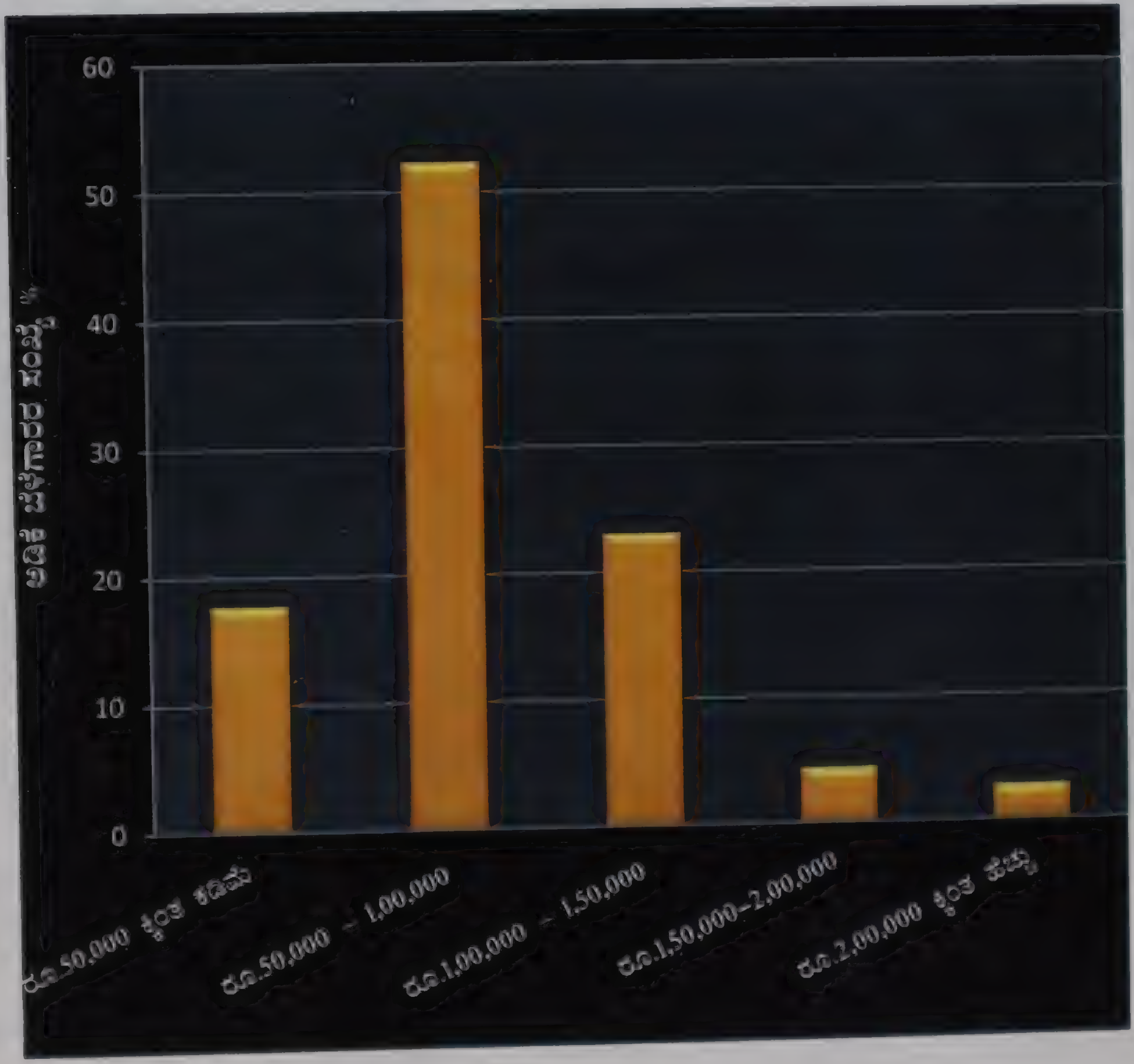
(χ^2 = 240.87 ; P<0.0001, HS d.f = 4.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು 2009–10.

ಇಲ್ಲಿನ ಫಲಿತಾಂಶದ (χ^2 = 240.87 ; P < 0.0001, HS d.f = 4.) ಪ್ರಕಾರ ಕೃಷಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಧ್ಯಮ ಗಾತ್ರದ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಆದಾಯವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು ಸುಮಾರು 75.3% ರೈತರುಗಳು ಉತ್ತಮ ಆದಾಯವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಗೆ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಭವಿಷ್ಯ ನೆಲೆಗೊಂಡಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.5

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರ ಕುಟುಂಬದ ಒಟ್ಟು ವಾರ್ಷಿಕ ವರಮಾನ





5.9. ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅನುಭವ :

ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಕೈಪಿಡಿಯ ಮೂಲಕ ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಅಸಾಧ್ಯ ಕೃಷಿ ಕೈಂಕರ್ಯದಲ್ಲಿ ಪದೇ ಪದೇ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಾಗ ಮಾತ್ರ ನವನವೀನ ಕಲ್ಪನೆಗಳು, ವಿಚಾರಗಳು, ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು ಹಾಗೂ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಲಾಭಾಂಶ ಪಡೆಯಲು ಪೂರಕವಾಗಿರುವ ಕೆಲವು ತಂತ್ರಗಳು ಕೃಷಿಕರಲ್ಲಿ ಹೊಳೆಯಲ್ಪಡುತ್ತವೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಅನುಭವೀ ಕೃಷಿಕರಲ್ಲಿ ದಕ್ಷತೆಯೂ ಅಧಿಕವಿರುತ್ತದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿನ ಅನುಭವದ ಪ್ರಮಾಣವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.8

ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅನುಭವದ ಪ್ರಮಾಣ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಅನುಭವದ ಪ್ರಮಾಣ (ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ)	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡಾ)
1	10 ವರ್ಷಗಳಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ	25	8.3 %
2	10–20 ವರ್ಷಗಳು	137	45.7 %
3	21–40 ವರ್ಷಗಳು	127	42.3 %
4	40 ವರ್ಷಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	11	3.7 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0%**

(χ^2 = 175.25 ; P<0.0001, HS d.f= 3)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು.

ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರದೇಶದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿದಾಗ, 45.7% ದಷ್ಟು ರೈತರಿಗೆ 10 ರಿಂದ 20 ವರ್ಷಗಳ ಅನುಭವವಿದ್ದು, ಶೇಕಡಾ 42.3 ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ 21 ರಿಂದ 40 ವರ್ಷಗಳ ಅನುಭವವಿರುವುದು ಮೆಚ್ಚುಗೆಯ ವಿಚಾರ. 10 ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಕಡಿಮೆ ಇರುವ ಕೃಷಿಕರು 8.3% ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿದ್ದು, 40 ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಅಧಿಕ ಅನುಭವವಿರುವ ಕೃಷಿಕರು ಕೇವಲ 3.7% ರಷ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಈ ಮೇಲಿನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ 88% ದಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಧ್ಯಮ ಪ್ರಾಯದವರಾಗಿದ್ದು, ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಅನುಭವವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿರುವವರು ಮತ್ತು ಪಡೆದವರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಈ

ಮುಂದಿನಂತೆ ಫಲಿತಾಂಶ ಲಭಿಸಿರುತ್ತದೆ. χ^2= 175.25:P< 0.0001, HS d.f=3. ಲಭಿಸಿದಂತಹ ಫಲಿತಾಂಶದ ಪ್ರಕಾರ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಬಹುತೇಕ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಅನುಭವವನ್ನು ಪಡೆದಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಪೂರಕವಾದ ಅಂಶಗಳು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿದೆ ಹಾಗೂ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಗಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯ ಎನ್ನಬಹುದು.

5.10. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರ ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿ ಪುರುಷರ ಮತ್ತು ಮಹಿಳಾ ಸದಸ್ಯರ ಪ್ರಮಾಣ :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕುಟುಂಬದ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ, ಶೇಕಡಾ 44.3 ರಷ್ಟು ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿ 02 ಪುರುಷ ಸದಸ್ಯರಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ 30% ದಷ್ಟು ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿ 01 ಪುರುಷ ಸದಸ್ಯರಿದ್ದು, 15.3% ದಷ್ಟು ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿ 03 ಸದಸ್ಯರು 8% ರಷ್ಟು ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿ 04 ಮತ್ತು 2.4% ರಷ್ಟು ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿ 05 ಅಥವಾ 05 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಪುರುಷ ಸದಸ್ಯರಿರುವುದು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕುಂಟುಂಬದಲ್ಲಿನ ಪುರುಷ ಸದಸ್ಯರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.9

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರ ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿ ಪುರುಷರ ಪ್ರಮಾಣ

ಕ್ರಸಂ.	ಪುರುಷರ ಪ್ರಮಾಣ (ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ)	ರೈತ ಕುಟುಂಬಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡಾ)
1	01	90	30.0 %
2	02	133	44.3 %
3	03	46	15.3 %
4	04	24	8.0 %
5	05 ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚು	07	2.4 %
ಒಟ್ಟು		300	100.0 %

(χ^2 = 175.5 ; P<0.0001, HS d.f = 4.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು, 2009–10

Chi-Square analysis ನ ಪ್ರಕಾರ ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಫಲಿತ ಕಂಡುಬಂದಿದೆ. (χ^2 = 175.5 ; P < 0.0001, HS d.f = 4) ಈ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕುಟುಂಬ ಅತೀ ಚಿಕ್ಕದಾಗಿರುವುದು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ, ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ 2 ಜನ ಪುರುಷ ಸದಸ್ಯರಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಮಹಿಳಾ ಸದಸ್ಯರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ 45.3% ರಷ್ಟು ರೈತ ಕುಟುಂಬಗಳು 2 ಮಹಿಳಾ ಸದಸ್ಯೆಯರನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, 23.7% ದಷ್ಟು 01 ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು 18.3% ದಷ್ಟು, 03 ಮಹಿಳಾ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. 4 ಮಹಿಳಾ ಸದಸ್ಯರ ಕುಟುಂಬಗಳು 9.3% ದಷ್ಟು ಇದ್ದು, Chi-Square analysis ಪ್ರಕಾರ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಫಲಿತ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. χ^2 = 157.43 ; P < 0.0001, HS d.f = 4 .

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರ ಪಾತ್ರವು ಮಹತ್ವವಾಗಿದ್ದು, ನಿರ್ವಹಣಾ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಬಹಳ ದಕ್ಷವಾಗಿ ನಿಭಾಯಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿನ ಮಹಿಳಾ ಸದಸ್ಯರ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.10

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರ ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿ ಮಹಿಳಾ ಸದಸ್ಯರ ಪ್ರಮಾಣ

ಕ್ರಸಂ.	ಮಹಿಳೆಯರ ಪ್ರಮಾಣ (ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ)	ರೈತ ಕುಟುಂಬಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡಾ)
1	01	71	23.7 %
2	02	136	45.3 %
3	03	55	18.3 %
4	04	28	9.3 %
5	05 ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚು.	10	3.3 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು, 2009–10

ಇಲ್ಲಿನ ಫಲಿತಾಂಶ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತಾ ಅಂಕವಾಗಿದ್ದು, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಮಹಿಳಾ ಸದಸ್ಯರ ಸಂಖ್ಯೆ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಎಂದು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕುಟುಂಬದ ಗಾತ್ರ ಅತೀ ಚಿಕ್ಕದಾಗಿದ್ದು, ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಜೀವನಮಟ್ಟ ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸಲು ವಿಫುಲ ಅವಕಾಶವಿದೆ.

5.11. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಮಕ್ಕಳ ಸಂಖ್ಯೆ :

ಒಂದು ಪ್ರದೇಶದ ಜನರ ಸರ್ವತೋಮುಖ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ವಿವಿಧ ಗುಣಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಪರಿಮಣಾತ್ಮಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಈ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಕುಟುಂಬದ ಮಕ್ಕಳ ಸಂಖ್ಯೆಯು ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ವರ್ತಮಾನ ಹಾಗೂ ಭವಿಷ್ಯತ್ ಕಾಲ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ಪ್ರಕಾರ 42% ದಷ್ಟು ರೈತರುಗಳಲ್ಲಿ ಗಂಡು ಮಕ್ಕಳ ಪ್ರಮಾಣ ಕೇವಲ 01 ಆಗಿದ್ದು, 48.7% ರಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದಷ್ಟು ರೈತರುಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳ ಪ್ರಮಾಣ 01 ಆಗಿದೆ. 39.7% ರಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣ ರೈತರುಗಳಲ್ಲಿ ಗಂಡು ಮಕ್ಕಳ ಪ್ರಮಾಣ 02 ಆಗಿದ್ದು, 32% ರಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳ ಪ್ರಮಾಣ 02 ಆಗಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಗಳಿಸಿದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ 'Chi-Square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಿದಾಗ ಗಂಡು ಮತ್ತು ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳ ಫಲಿತಗಳು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಕೆಳಗಿನಂತಿವೆ.

ಗಂಡು ಮಕ್ಕಳು $\chi^2 = 122.16$; $P<0.0001$, HS d.f = 3.

ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳು $\chi^2 = 138.16$; $P<0.0001$, HS d.f = 3.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಬಹುತೇಕ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಮಕ್ಕಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಕನಿಷ್ಠವಾಗಿದೆ. ಇದು ಭವಿಷ್ಯದ ಕೃಷಿಯ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಮತ್ತು ಮುಂದುವರಿಕೆಗೆ ತೊಂದರೆಯಾಗಬಹುದೆಂಬ ಭೀತಿ ಇಲ್ಲಿ ಎದ್ದು ಕಾಣುತ್ತಿದೆ.

5.12. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಮಕ್ಕಳ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಮಟ್ಟ :

ಶಿಕ್ಷಣರಂಗದಲ್ಲಿ ಕ್ರಾಂತಿಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತಿರುವ ವಿಸ್ತರಣೆ,

ಕೃಷಿಯ ಆಧುನೀಕರಣ, ಮಿಶ್ರ ಬೆಳೆಗಳಿಂದ ಬರುವಂತಹ ಆದಾಯ ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳು ರೈತರ ಜೀವನಮಟ್ಟವನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸಿದ್ದು, ಇಂದು ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆದಂತಹ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ತೃತೀಯರಂಗದ ಉದ್ಯೋಗಗಳಿಗೆ ಪ್ರಚೋದಿಸುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿನ ಮಕ್ಕಳ ಶಿಕ್ಷಣ ಮಟ್ಟದ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.11

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕುಟುಂಬದ ಗಂಡು ಮತ್ತು ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳ ಶಿಕ್ಷಣದ ಮಟ್ಟ.

ಕ್ರ.ಸಂ.	ವಿದ್ಯಾರ್ಹತೆ	ಗಂಡು ಮಕ್ಕಳು		ಹೆಣ್ಣುಮಕ್ಕಳು	
		ಕುಟುಂಬದ ಸಂಖ್ಯೆ	(ಶೇಕಡಾ) %	ಕುಟುಂಬದ ಸಂಖ್ಯೆ	(ಶೇಕಡಾ) %
1	ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರು	06	2.3 %	02	0.8 %
2	ಎಸ್.ಎಸ್.ಎಲ್.ಸಿ.	64	24.2 %	78	30.9 %
3	ಪಿ.ಯು.ಸಿ.	38	14.3 %	30	11.9 %
4	ಪದವಿ	117	44.2 %	78	30.9 %
5	ಸ್ನಾತಕೋತ್ತರ ಪದವಿ	10	3.8 %	53	20.9 %
6	ತಾಂತ್ರಿಕ ಕ್ಷೇತ್ರ	30	11.3 %	12	4.6 %
	ಒಟ್ಟು	**265**	**100.0 %**	**253**	**100.0 %**

(χ^2 = 193.83 ; P<0.0001, HS d.f = 5)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು.

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ 44.2% ದಷ್ಟು ರೈತರ ಗಂಡು ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಪದವಿ ಶಿಕ್ಷಣ ಲಭಿಸಿದ್ದು, 24.2% ರಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಎಸ್.ಎಸ್.ಎಲ್.ಸಿ. ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಗಂಡುಮಕ್ಕಳಿಗೆ ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಪಿ.ಯು.ಸಿ. ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಪಡೆದವರ ಪ್ರಮಾಣ 14.3% ರಷ್ಟಾಗಿದ್ದು, ಸ್ನಾತಕೋತ್ತರ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡಿದವರ ಪ್ರಮಾಣ 3.8% ಆಗಿರುತ್ತದೆ. 11.3% ರಷ್ಟು ರೈತರುಗಳು ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ತಾಂತ್ರಿಕ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಎಂದು ಈ ಅಧ್ಯಯನ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿದಾಗ ಈ ಮುಂದಿನಂತೆ ಫಲಿತ ಲಭಿಸುತ್ತದೆ. χ^2 = 193.83 ; P< 0.0001, HS d.f = 5. ಇದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ 30.9% ರಷ್ಟು ರೈತರುಗಳು

ತಮ್ಮ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಪದವಿ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಮತ್ತು ಎಸ್.ಎಸ್.ಎಲ್.ಸಿ. ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. 20.9% ರಷ್ಟು ರೈತರು ಸ್ನಾತಕೋತ್ತರ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು, 11.9% ರೈತರು ಪಿ.ಯು.ಸಿ. ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು 4.6% ರೈತರು, ತಾಂತ್ರಿಕ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ನೀಡಿದ್ದು, 0.81 ರೈತರ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳು ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ತಾಂತ್ರಿಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಈ ಮುಂದಿನಂತೆ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ, $\chi^2 = 304.17$; $P<0.0001$, HS d.f = 5.

5.13. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರ ಕುಟುಂಬದ ಔದ್ಯೋಗಿಕ ರಚನೆ :

ಈ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಮಕ್ಕಳು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಾಗದೆ ಉತ್ತಮ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡು ಇನ್ನಿತರ ವೃತ್ತಿಗಳಲ್ಲಿ ತನ್ನನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಇಂದು ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಖ್ಯೆ ಕ್ಷೀಣಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಪೂರೈಕೆ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಕುಸಿಯುತ್ತಿದೆ. ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರ ಔದ್ಯೋಗಿಕ ರಚನೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಬಹುದು. 38.9% ರೈತರ ಗಂಡು ಮಕ್ಕಳು ತೃತೀಯ ರಂಗ ಮತ್ತು ದ್ವಿತೀಯ ರಂಗದ ವಿವಿಧ ವೃತ್ತಿಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. 49% ರೈತರ ಮಕ್ಕಳು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಾಗಿಯೂ 8.3% ರಷ್ಟು ಕೂಲಿ ಕೆಲಸದಲ್ಲಿಯೂ, ಹಾಗೆಯೇ ಕೇವಲ 3.8% ರಷ್ಟು ರೈತರ ಗಂಡು ಮಕ್ಕಳು ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. 34.9% ದಷ್ಟು ರೈತರ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳು ವಿವಿಧ ಉದ್ಯೋಗಗಳಲ್ಲಿ ತಮ್ಮನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು, 65.2% ರೈತರ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. Chi-Square ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಈ ಕೆಳಗಿನಂತೆ ಫಲಿತ ಲಭಿಸಿರುತ್ತದೆ.

ಗಂಡು ಮಕ್ಕಳು - $\chi^2 = 227.97$; $P<0.0001$, HS d.f = 6

ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳು - $\chi^2 = 438.6$; $P<0.0001$, HS d.f = 5

ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಕೊಂಡಂತಹ ಮುಖ್ಯ ಫಲಿತವೇನೆಂದರೆ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಉತ್ತಮ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದು, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಉನ್ನತಿಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆದರೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡವರ ಪ್ರಮಾಣ ಕೇವಲ 3.8% ಮಾತ್ರ ಆಗಿದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಎಲ್ಲಾ ರೈತರ ಮಕ್ಕಳು ಕೃಷಿಯನ್ನು ತ್ಯಜಿಸಿ ದ್ವಿತೀಯ ಮತ್ತು

ತೃತೀಯ ರಂಗದ ಉದ್ಯೋಗಕ್ಕೆ ಮಹತ್ವ ಕೊಟ್ಟಿರುವುದು, ಭವಿಷ್ಯದ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಗೆ ಒಂದು ಸವಾಲಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

5.14. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕೃಷಿಯ ಚಿತ್ರಣ :

ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ನಿರಂತರ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಕೃಷಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಯಲ್ಲಿ ತಮ್ಮನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಸಂಪರ್ಕಿಸಿದ ಎಲ್ಲಾ 300 ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ 76% ದಷ್ಟು ರೈತರು ತೆಂಗು ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿದ್ದು, 39% ದಷ್ಟು ರೈತರು ಕಾಳುಮೆಣಸು ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. 29.7% ರಷ್ಟು ರೈತರು ಬಾಳೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು 25.3% ರಷ್ಟು ರೈತರು ಕೋಕಾ ಬೆಳೆಯನ್ನು ಮಿಶ್ರ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಉಳಿದಂತೆ ರಬ್ಬರ್, ಹಂದಿಸಾಕಣೆ, ಕೋಳಿಸಾಕಣೆ, ಜೇನುಸಾಕಣೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ರೈತರ ಸಂಖ್ಯೆ ಬಹಳ ವಿರಳವಾಗಿದ್ದು, ಭತ್ತದ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಕೈಗೊಂಡಿರುವವರು ಶೇಕಡಾ 20 ಮಾತ್ರ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕುಟುಂಬ ಕೃಷಿಯ ಚಿತ್ರಣದ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.12

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕೃಷಿಯ ಚಿತ್ರಣ

ಕ್ರಸಂ.	ವಿವರಗಳು	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡಾ)
1	ಭತ್ತ	60	20.0%
2	ಅಡಿಕೆ	300	100.0%
3	ತೆಂಗು	180	60.0%
4	ರಬ್ಬರ್	45	15.0%
5	ಬಾಳೆ	89	29.7%
6	ಕೋಕಾ	76	25.3%
7	ಕಾಳುಮೆಣಸು	117	39.0%
8	ತರಕಾರಿ	33	11.0%
9	ಹಂದಿ ಸಾಕಣೆ	17	5.7%
10	ಕೋಳಿ ಸಾಕಣೆ	18	6.0%
11	ಹೈನುಗಾರಿಕೆ	228	76.0%
12	ಜೇನು ಸಾಕಣೆ	32	10.7%

(χ^2 = 915.00 ; $P<0.0001$, HS d.f = 11.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು.

ಇಲ್ಲಿ ಕಂಡುಕೊಂಡಂತಹ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಹೈನುಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದು, ಇದು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಗೆ ಪೂರಕವಾದ ಗೊಬ್ಬರವನ್ನು ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕರಾವಳಿ ಪ್ರದೇಶದ ರೈತರು ತೆಂಗಿನ ಕೃಷಿಗೂ, ಸುಳ್ಯ ಪ್ರದೇಶದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ರಬ್ಬರ್ ಕೃಷಿಗೂ ತಮ್ಮನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವುದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಮುಂದಾಲೋಚನೆಗೆ ಮತ್ತು ಸೃಜನಶೀಲತೆಗೆ ಪೂರಕವಾದ ಅಂಶಗಳಾಗಿದೆ.

5.15. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ವಾರ್ಷಿಕ ಆದಾಯದ ಪ್ರವೃತ್ತಿ :

ವಾರ್ಷಿಕ ಆದಾಯ ಯಾ ತಲಾ ಆದಾಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಸೂಚಿಯಲ್ಲಿ (Development Index) ಗುರುತ್ವ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಆದಾಯದಲ್ಲಾಗುವಂತ ಏರಿಕೆ, ಜೀವನಮಟ್ಟವನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವಾಗಿದ್ದು, ಆದಾಯದ ಹೆಚ್ಚಳದ ಬಗ್ಗೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.13

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ವಾರ್ಷಿಕ ಆದಾಯದ ಗತಿ

ಕ್ರಸಂ.	ಅಭಿಪ್ರಾಯ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	(ಶೇಕಡಾ) %
1	ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿದೆ.	194	64.7 %
2	ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿಲ್ಲ.	106	35.3 %
	ಒಟ್ಟು	300	100.0 %

$\chi^2 = 25.8$; $P<0.0001$, HS, d.f = 1

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ– ಅಂಶಗಳು.

ಮೇಲ್ಕಾಣಿಸಿದ ಕೋಷ್ಟಕದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ 64.7% ರಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಿಂದ

ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುತ್ತಿದೆ, ಆದರೆ ಆದಾಯದ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕೇವಲ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯೇ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣವಲ್ಲ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. 64% ದಷ್ಟು ರೈತರು ಆದಾಯದ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ ಕೃಷಿಯೇತರ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸೇವಾರಂಗದ ಕೊಡುಗೆ ಎಂದಿರುತ್ತಾರೆ. 46% ದಷ್ಟು ರೈತರು ತಮ್ಮ ಆದಾಯ ಅಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರ ಕೃಷಿ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ ಎಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ 46% ರಷ್ಟು ರೈತರು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಿರುವುದು ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿ ನೀಡುವಂತಹ ತಳಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸುತ್ತಿರುವುದು ಆದಾಯದ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಆದರೆ 35.3% ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ ಕಂಡು ಬಂದಿಲ್ಲ ಎಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿಯುಳ್ಳ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಕೃಷಿ ವಿಸ್ತರಣೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗದೆ ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಾಗುವ ಏರುಪೇರು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚದ ಏರಿಕೆಯಿಂದಾಗಿ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಗಮನೀಯ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿಲ್ಲ ಎಂದಿರುತ್ತಾರೆ. Chi-Square analysis ನ ಪ್ರಕಾರ, ಈ ಕೆಳಗಿನಂತೆ ಅಂಕಿ ಸೂಚಿ ಲಭಿಸಿರುತ್ತದೆ. $\chi^2 = 25.8$; $P < 0.0001$, HS, d.f = 1 . ಇಲ್ಲಿ ಬಂದಂತಹ ಮೌಲ್ಯ $P < 0.0001$ ಇದು ಅತೀ ಕನಿಷ್ಠವಾಗಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿರುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಇಲ್ಲಿನ ಮುಖ್ಯ ಫಲಿತವೇನೆಂದರೆ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದ್ದು, ಬೆಳೆಗಾರರ ಜೀವನಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಣೆಯಾಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ಇವೆ. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಒಂದು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪರ ವೃತ್ತಿಯಾಗಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ.

5.16. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಬಳಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣ :

ಅಡಿಕೆ ಮರ ದೀರ್ಘವಾಗಿ ಫಲ ಕೊಡಬಲ್ಲ ವೃಕ್ಷವಾಗಿದ್ದು, ಇದರ ನಿರಂತರ ಆರೈಕೆ ವರ್ತಮಾನದ ಮತ್ತು ಭವಿಷ್ಯದ ಇಳುವರಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರು, ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಬೇಕಾಗಿರುವುದು ಅನಿವಾರ್ಯ, ಆದರೆ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಲಭ್ಯತೆ ಬಹಳ ಕಡಿಮೆಯಿದ್ದು, ಲಭ್ಯತೆಯಿರುವ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೂಲಿ ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದು, ಹೆಚ್ಚಿನ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರು ದಿನನಿತ್ಯ ಕೃಷಿ ಕೂಲಿಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಿರುವುದು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.14

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಬಳಕೆ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಅಭಿಪ್ರಾಯ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	(ಶೇಕಡಾ) %
1	ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ	106	35.3%
2	ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿಲ್ಲ.	194	64.7%
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0%**

(χ^2 = 25.8 ; $P < 0.0001$, HS d.f = 1)

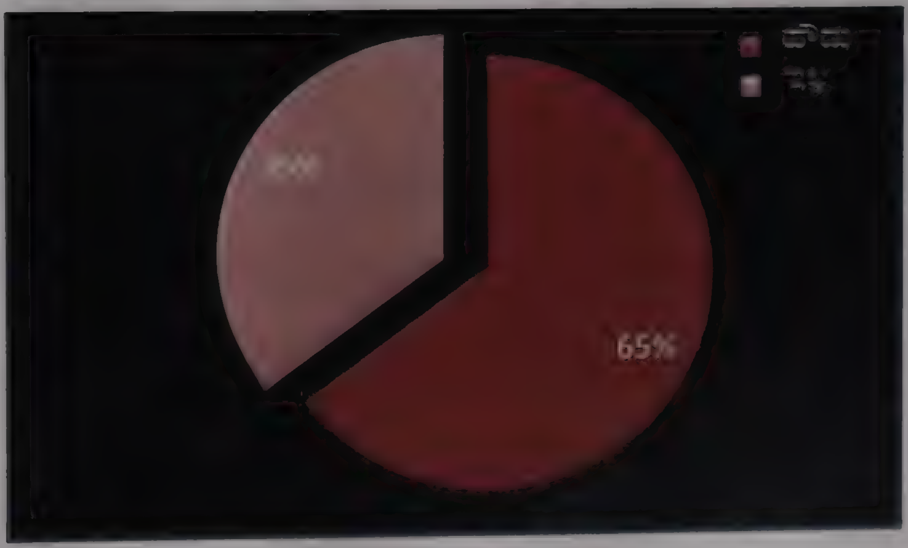
ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ– ಅಂಶಗಳು.

ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರದೇಶದ ಕೃಷಿಕರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಿದಾಗ 35.3% ದಷ್ಟು ರೈತರು ದಿನನಿತ್ಯ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದು, 64.7% ದಷ್ಟು ಕೃಷಿಕರು ದಿನನಿತ್ಯ ಕೂಲಿ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಬಳಸದಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಈ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರದ ಪರೀಕ್ಷೆಗೆ (test) ಒಳಪಡಿಸಿದಾಗ ಮುಂದಿನಂತೆ ಫಲಿತ ಲಭಿಸಿರುತ್ತದೆ.

χ^2 = 25.8 ; $P < 0.0001$, HS d.f = 1 ಇಲ್ಲಿನ $P < 0.0001$ ಸೂಚಿ 5% ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆಯಿದ್ದು, ರೈತರ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ (High Significance) ಎಂದು ವಾದಿಸುತ್ತದೆ.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.6

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಬಳಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣ



ದಿನನಿತ್ಯ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ಸಂಖ್ಯೆ 35.3% ರಷ್ಟಾಗಿದೆ. ಈ ಕನಿಷ್ಠ ಪ್ರಮಾಣದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ 64.2% ರಷ್ಟು ರೈತರು ದಿನನಿತ್ಯ ಬಳಸುವ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಸಂಖ್ಯೆ 01 ಮತ್ತು 35.8% ರೈತರು ಮಾತ್ರ ದಿನನಿತ್ಯ 2 ರಿಂದ 4 ರ ತನಕ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಬಳಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ –5.15

ದಿನ ನಿತ್ಯ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಬಳಸುವ ರೈತರ ಸಂಖ್ಯೆ

ಕ್ರಸಂ.	ಕಾರ್ಮಿಕರ ಪ್ರಮಾಣ	ರೈತರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡಾ)
1	0 – 1	68	64.2 %
2	2 – 4	38	35.8 %
3	5 – 10	00	0.0 %
4	11 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	00	0.0 %
ಒಟ್ಟು		**106**	**100.0 %**

χ^2 = .491: P<0.0004, HS d.f = 1 .

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು.

5.17. ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಕುಟುಂಬದ ಸದಸ್ಯರ ಪ್ರಮಾಣ :

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ರೈತರು ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಪೂರ್ಣಕಾಲಿಕ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಿದ್ದಾರೆ ಇದಕ್ಕೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ, ಹಳ್ಳಿಗಳಿಂದ ಪೇಟೆಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಕೃಷಿಯಿಂದ ಇನ್ನಿತರ ವೃತ್ತಿಗಳಿಗೆ ಕಾರ್ಮಿಕರ ವಲಸೆ. ಇನ್ನೊಂದು ಮಗ್ಗುಲಲ್ಲಿ ಅವಲೋಕಿಸುವುದಾದರೆ, ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೂಲಿ ದರದಲ್ಲಿ (Wage rate) ತೀರಾ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿದ್ದು, ರೈತರುಗಳು ಕೂಲಿ ದರವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕತೆ (Productivity) ಯೊಂದಿಗೆ ತುಲನೆ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಅಧ್ಯಯನದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಾಗುವ ಏರುಪೇರುಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿಕೊಂಡು ಅಡಿಕೆ ತೋಟದ ವಿವಿಧ ಉಪಯುಕ್ತ ಕೆಲಸಗಳಾದ ಬೇಲಿ ಹಾಕುವುದು, ಅಡಿಕೆ ಮರದ ಬುಡ ಬಿಡಿಸುವುದು, ಸೊಪ್ಪು ಗೊಬ್ಬರ ಉಣಿಸುವುದು, ಕಳೆ ಕೀಳುವುದು ಮುಂತಾದವುಗಳನ್ನು ಮುಂದೂಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಯಾ ಸ್ಥಗಿತಗೊಳಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಕೆಲವೊಂದು ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಕುಟುಂಬಸ್ಥರನ್ನೇ ಅಡಿಕೆ

ಕೃಷಿಯ ದಿನನಿತ್ಯದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಬಳಸುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಮುಂದಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ– 5.16

ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಕುಟುಂಬದ ಸದಸ್ಯರು

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಕುಟುಂಬದ ಸದಸ್ಯರುಗಳ ಪ್ರಮಾಣ	ಕುಟುಂಬದ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡಾ)
1	01	124	41.3 %
2	02	80	26.7 %
3	03	07	2.3 %
4	04	08	2.7 %
5	ಇಲ್ಲ	81	27.0 %
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0 %**

$\chi^2 = 174.17$; $P<0.0001$, HS d.f = 4.

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ– ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಮೇಲಿನ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಪ್ರಕಾರ, ಶೇಕಡಾ 41.3 ರಷ್ಟು ರೈತರ ಏಕೈಕ ಸದಸ್ಯರು ದಿನನಿತ್ಯ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದು, 26.7% ರಷ್ಟು ಕುಟುಂಬದ ಎರಡು ಸದಸ್ಯರು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಶೇಕಡಾ 2.7 ರಷ್ಟು ರೈತರು 04 ಜನ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಮತ್ತು 2.3% ರಷ್ಟು ರೈತರು 03 ಜನ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ದಿನ ನಿತ್ಯ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ 27.1 ರಷ್ಟು ರೈತರ ಕುಟುಂಬದ ಯಾವ ಸದಸ್ಯರು ದಿನನಿತ್ಯ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳದಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಪರೀಕ್ಷೆಗಳಿಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿದಾಗ ಈ ಮುಂದಿನಂತೆ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಸೂಚಿ ಲಭಿಸಿದೆ. $\chi^2 = 174.17$; $P<0.0001$, HS d.f = 4 ಈ ಸೂಚ್ಯಂಕದಲ್ಲಿ $P< 0.0001$ ಈ ಮೌಲ್ಯ 5% ಕ್ಕಿಂತಲೂ ಕಡಿಮೆಯಿದ್ದು, ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿವೆ. (High Significance) ಎನ್ನಬಹುದು ಆದುದರಿಂದ ಈ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿದಾಗ, ದಕ್ಷಿಣಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು, ತಮ್ಮ ಕುಟುಂಬದ ಒಂದು ಸದಸ್ಯರನ್ನು ದಿನನಿತ್ಯ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದು, ಕುಟುಂಬದ ಇನ್ನಿತರ ಸದಸ್ಯರುಗಳು ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳದೆ, ಇನ್ನಿತರ ತೃತೀಯ ರಂಗದ ಸಂಘಟಿತ ಮತ್ತು ಅಸಂಘಟಿತ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ, ಶಿಕ್ಷಣ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ, ಬೀಡಿ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿ ಆದಾಯವನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಇಲ್ಲಿ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬಹುದಾದ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವೇನೆಂದರೆ ಕೃಷಿಗೆ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆ ಇದ್ದು, ಅಧಿಕ ಕೂಲಿ ಇದೆಯಾದರೂ ರೈತರು ಮಿತ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಕುಟುಂಬದ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಶ್ರಮದ ಪೂರೈಕೆಯ (Labour Supply) ಮೂಲ ಇದ್ದರೂ, ಬೆಳೆಗಾರರ ಕುಟುಂಬದ ಶ್ರಮ ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವುದು ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಕೂಲಿಯ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಇದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಶ್ರಮದ ಹರಿವು, ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸೇವಾರಂಗದ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಓಲೈಸಿದಾಗ, ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರಿಗೆ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ವಿದ್ಯಮಾನ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಒಂದು ರೀತಿಯ ತಡೆಯಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಕೃಷಿಕರ ಕುಟುಂಬಸ್ಥರು, ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ವೇತನಕ್ಕೆ ಕಾರ್ಖಾನೆಗಳಲ್ಲಿ, ಮಳಿಗೆಗಳಲ್ಲಿ, ಕಛೇರಿಗಳಲ್ಲಿ, ಬೀಡಿ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡು ದುಬಾರಿ ಬೆಲೆಯ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ತನ್ನ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಬಳಸುತ್ತಿರುವುದು ಒಂದು ವಿರೋಧಾಭಾಸ (Paradox) ಆಗಿ ಕಾಣುತ್ತದೆ.

5.18. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ರೈತರುಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣ:

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಭೂಹಿಡುವಳಿಯು ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿದ್ದು, ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.17

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣ

ಕ್ರಸಂ.	ಅಡಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣ (ಕ್ವಿಂಟಾಲುಗಳಲ್ಲಿ)	ಕುಟುಂಬದ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡಾ)
1	10 ಕ್ವಿಂಟಾಲುಗಳಿಂದ ಕಡಿಮೆ.	70	23.3 %
2	10 – 20 ಕ್ವಿಂಟಾಲುಗಳು.	120	40.0 %
3	21 – 30 ಕ್ವಿಂಟಾಲುಗಳು.	60	20.0 %
4	31 – 50 ಕ್ವಿಂಟಾಲುಗಳು.	30	10.0 %
5	50 ಕ್ವಿಂಟಾಲುಗಳಿಂದ ಹೆಚ್ಚು.	20	6.7 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

(χ^2 = 103.3 : P<0.0001, HS d.f = 4.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಅಧ್ಯಯನದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಸಮೀಕ್ಷೆ ಕೈಗೊಂಡಾಗ ಸ್ಪಂದಿಸಿದ ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇಕಡಾ 40 ರಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ವಾರ್ಷಿಕ 10 ರಿಂದ 20 ಕ್ವಿಂಟಾಲ್ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತಿದ್ದು, 23.3% ರೈತರ ವಾರ್ಷಿಕ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ 10 ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಶೇಕಡಾ 20ರಷ್ಟು ರೈತರು 20 ರಿಂದ 30 ಕ್ವಿಂಟಾಲ್ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ, 10% ದಷ್ಟು ಕೃಷಿಕರಿಗೆ 31 ರಿಂದ 50 ಕ್ವಿಂಟಾಲ್ ತನಕ ವಾರ್ಷಿಕ ಉತ್ಪನ್ನವಿದ್ದು, ಬಹಳ ಕನಿಷ್ಠ ಅಂದರೆ 6.7% ರಷ್ಟು ರೈತರು ಮಾತ್ರ 50 ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗಿಂತ ಅಧಿಕ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ವಾರ್ಷಿಕವಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತಾರೆ.

'Chi-Square' Test ನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಆಧಾರವಾಗಿರಿಸಿ ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ಣಯಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ χ^2 = 103.3 ; P< 0.0001, HS If = 4 ಇಲ್ಲಿನ ಮೌಲ್ಯ 5% ಗಿಂತಲೂ (P< 0.0001) ಕಡಿಮೆಯಿದ್ದು, ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ನಿಖರತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದಲ್ಲಿದ್ದು, ವಾರ್ಷಿಕ 10 ರಿಂದ 20 ಕ್ವಿಂಟಾಲುಗಳಷ್ಟು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ ಇದು ಬಹಳ ಕನಿಷ್ಠ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾಗಿದ್ದು, ರೈತರು ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿ ಪಡೆಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಪಡಬೇಕಾಗಿದೆ.

5.19. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ರೈತರು ಬೆಳೆಸುತ್ತಿರುವ ಅಡಿಕೆ ತಳಿಗಳು:

ಅಡಿಕೆಯ ಇಳುವರಿ, ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ಹಾಗೂ ಅಡಿಕೆ ತೋಟದ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚ ಅಡಿಕೆ ತಳಿಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಭಿನ್ನ ಭಿನ್ನವಾದ ಅಡಿಕೆ ತಳಿಗಳು ಅಡಿಕೆ ಸಂಶೋಧನಾ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಂದ ಆವಿಷ್ಕರಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ. ಈ ತಳಿಗಳು ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನೂ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಲು ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿದಾಗ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಿದಂತೆ ರೈತರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ– 5.18

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದ್ಯತೆಯಲ್ಲಿರುವ ಅಡಿಕೆ ತಳಿಗಳು.

ಕ್ರಸಂ.	ಅಡಿಕೆ ತಳಿ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡಾ)
1	ಊರಿನ ತಳಿ	123	41.0 %
2	ಮಂಗಳ	55	18.3 %
3	ಹೀರೇಹಳ್ಳಿ	00	0.0 %
4	ಮೋಹಿತ್ ನಗರ	18	6.0 %
5	ತೀರ್ಥಹಳ್ಳಿ	00	0.0 %
6	ಶ್ರೀವರ್ಧನ	00	0.0 %
7	ಶ್ರೀ ಮಂಗಳ	00	0.0 %
8	ಸೈಗಾನ್	18	6.0 %
9	ಊರಿನ ತಳಿ, ಮೋಹಿತ್ ನಗರ ಮತ್ತು ಮಂಗಳ	92	30.7 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

χ^2 = 151.43 ; P<0.0001, HS lf = 4

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ– ಅಂಶಗಳು.

ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದ 300 ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ 123 ಬೆಳೆಗಾರರು "Local ತಳಿ" ಯಾ ಊರಿನ ತಳಿ ಯಾ "ದಕ್ಷಿಣಕನ್ನಡ ತಳಿ"ಯನ್ನು ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದು, 55 ಬೆಳೆಗಾರರು "ಮಂಗಳ ತಳಿ"ಯನ್ನು ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅಂದರೆ ಶೇಕಡಾ 41 ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಊರಿನ ತಳಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಿದ್ದು, 18.3% ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಂಗಳ ತಳಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ 30.7% ದಷ್ಟು ರೈತರು 'ಊರಿನ ತಳಿ' ' ಮೋಹಿತ್ ನಗರ' ಮತ್ತು 'ಮಂಗಳ ತಳಿ' ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಉಳಿದಂತೆ ಶೇಕಡಾ 6 ರಷ್ಟು ರೈತರು 'ಮೋಹಿತ್ ನಗರ' ತಳಿಯನ್ನು ಮತ್ತು ಶೇಕಡಾ 6 ರಷ್ಟು ರೈತರು 'ಸೈಗಾನ್ ತಳಿ'ಯನ್ನು ಬೆಳೆಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು 'Chi-Square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಿದಾಗ ಈ ಮುಂದಿನಂತೆ ಫಲಿತಗಳು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. χ^2 = 151.43 ; P< 0.0001, HS d.f = 4

ಇದು ಬೆಳೆಗಾರರ ವಿವಿಧ ತಳಿಗಳ ಆಯ್ಕೆಯಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಅರ್ಥಗರ್ಭಿತವಾದ ಅಂಶವಿದೆ. (Significant Difference) ಇಲ್ಲಿನ ಫಲಿತ ($P < 0.0001$)ದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ಊರಿನ ತಳಿಯನ್ನೇ ಆದ್ಯತೆಯಲ್ಲಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. 'ಮಂಗಳ ತಳಿಗೆ' ದ್ವಿತೀಯ ಆದ್ಯತೆ ಕೂಡಿದ್ದರೂ, ಊರಿನ ತಳಿಯೊಂದಿಗೆ ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಊರಿನ ತಳಿ ಸಾಂಪ್ರಾದಾಯಿಕ ತಳಿಯಾಗಿದ್ದು, ಇನ್ನೂ ಇಲ್ಲಿನ ರೈತರು ಹೊಸತಾಗಿ ಆವಿಷ್ಕಾರಗೊಂಡ ತಳಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸುವ ಎದೆಗಾರಿಕೆ ಮಾಡದಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಸತ್ಯಾಂಶ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಸರಕಾರ ಅಡಿಕೆ ಸಂಶೋಧನಾ ಕೇಂದ್ರಗಳು, ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳು ರೈತರಿಗೆ ಆಧುನಿಕ ಗರಿಷ್ಠ ಇಳುವರಿ ಕೊಡುವ ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ಇರುವ ಹೊಸ ಅಡಿಕೆ ತಳಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಎಂದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

ಇದಲ್ಲದೆ ರೈತರಲ್ಲಿ 'ಊರಿನ ತಳಿ'ಯ ಬಗ್ಗೆಯೇ ಹೆಚ್ಚು ವಿಶ್ವಾಸವಿದ್ದು, 56% ರಷ್ಟು ರೈತರು 'ಊರಿನ ತಳಿ'ಯಿಂದಲೇ ಹೆಚ್ಚು ಲಾಭದಾಯಕ ಎಂದಿದ್ದು, 16.3% ರೈತರು ಮಂಗಳ ಹೆಚ್ಚು ಲಾಭದಾಯಕ ಎಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ 25% ರೈತರು ಮಂಗಳ ಮತ್ತು ಊರಿನ ತಳಿ ಮತ್ತು ಲಾಭದಾಯಕ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ಲಾಭದಾಯಕತೆ (Profitability) ಬಗ್ಗೆ ರೈತರು ನೀಡಿದ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.19

ಲಾಭದಾಯಕ ಅಡಿಕೆ ತಳಿ

ಕ್ರಸಂ.	ಅಡಿಕೆ ತಳಿ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡಾ)
1	ಊರಿನ ತಳಿ	168	56.0 %
2	ಮಂಗಳ	49	16.3 %
3	ಸೈಗಾನ್	08	2.7 %
4	ಊರಿನ ತಳಿ ಮತ್ತು ಮಂಗಳ	75	25.0 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

($\chi^2 = 184.19$: $P < 0.0001$, HS d.f = 3.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಭೌಗೋಳಿಕ ಲಕ್ಷಣಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಇಳುವರಿ, ಫಸಲು, ಅಡಿಕೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟ ಗಾತ್ರ ಅಡಿಕೆಯ ತೂಕ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ನಿರ್ಧಾರವಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಇಡೀ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದಂತಹ ಅಡಿಕೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟ ತೂಕ ಮತ್ತು ಗಾತ್ರವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿದಾಗ, ವಿಟ್ಲ, ಸಾಲೆತ್ತೂರು ಮತ್ತು ಇವುಗಳ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದಂತಹ ಅಡಿಕೆ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಧಾರಣೆಗಳಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಹೆಚ್ಚು ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಗಾತ್ರವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಅಡಿಕೆ ತಳಿಗಳು ಇಳುವರಿ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚ, ಭೌಗೋಳಿಕ ಪರಿಸರವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದು, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಪರಿಸರಕ್ಕೆ 'ಊರಿನ ತಳಿ' (ದಕ್ಷಿಣಕನ್ನಡ ತಳಿ) ಮತ್ತು 'ಮಂಗಳಾ ತಳಿ' ಸೂಕ್ತವಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

5.20. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಸಂಕೀರ್ಣವಾದ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಜಾಲವಿದ್ದು, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಮತ್ತು ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರು ಪೈಪೋಟಿಯಿಂದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ರೈತರುಗಳಲ್ಲಿ ವಿದ್ಯಾವಂತರು ಮತ್ತು ತೀರಾ ಅವಿದ್ಯಾವಂತರುಗಳಿರುವುದರಿಂದ ಕೆಲವೊಂದು ರೈತರುಗಳಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು ಈ ಮುಂದಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ –5.20

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗಿನ ಸಂಪರ್ಕ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಅಭಿಪ್ರಾಯ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% ಶೇಕಡಾ
1	ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗಿನ ಸಂಪರ್ಕ ಇದೆ.	199	66.3 %
2	ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗಿನ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲ್ಲ.	101	33.7 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

$\chi^2 = 32.01$; $P<0.0001$, HS d.f = 1

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಒಟ್ಟು ಮಾಹಿತಿದಾರ ರೈತರುಗಳಲ್ಲಿ 66.3% ದಷ್ಟು ರೈತರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ, ನೇರ ಸಂಪರ್ಕವಿದ್ದು, 33.7% ರೈತರು ಮಾತ್ರ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಪರ್ಕವಿಲ್ಲದೆ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿರುತ್ತಾರೆ. 'Chi-Square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅನ್ವಯಿಸಿದಾಗ ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಅರ್ಥಗರ್ಭಿತವಾದ ಮಹತ್ವ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. $\chi^2 = 32.01$; $P < 0.0001$, HS d.f = 1 ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಸಕಲ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪಡೆಯಲು ಅನುಕೂಲವಾಗಿದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮಾಹಿತಿಗಳು ಲಭ್ಯವಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. 75% ರೈತರಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಇದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿದ್ದರೆ 25% ರೈತರು ಸರಿಯಾದ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಇಲ್ಲ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ರೈತರಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.21

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಅಭಿಪ್ರಾಯ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% ಶೇಕಡಾ
1	ಮಾಹಿತಿ ಇದೆ	225	75.0%
2	ಮಾಹಿತಿ ಇಲ್ಲ	75	25.0%
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0%**

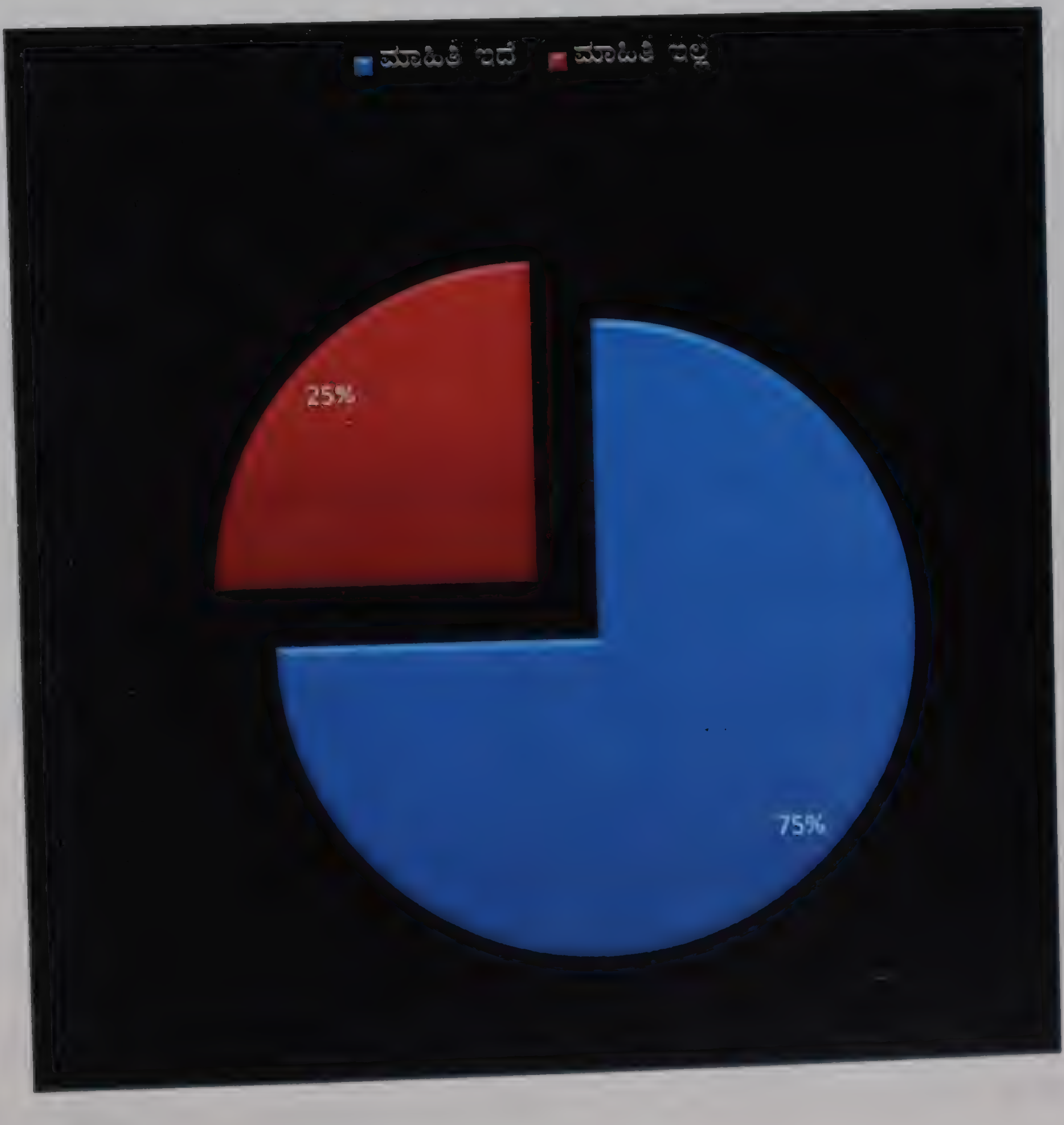
$\chi^2 = 75.00$; $P < 0.0001$, HS d.f = 1

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ– ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

'Chi-Square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ (χ^2 = 75.00 ; P ‹ 0.0001, HS If = 1) ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿನ ಮುಖ್ಯ ಫಲಿತವಾಗಿದ್ದು, 33% ರೈತರಿಗೆ ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬಗ್ಗೆ ಮತ್ತು 75% ರೈತರಿಗೆ (CAMPCO, MASS) ಮತ್ತು ಇತರ ಸಹಕಾರಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಅರಿವಿರುವುದು ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಮಾಹಿತಿಗಳ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಇದ್ದರೂ ರೈತರಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ತತ್ವದ ಬಗ್ಗೆ ಜಾಗೃತಿ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು ಮುಖ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿದೆ.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ –5.7

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ



ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಅರಿತುಕೊಂಡು ಸರಕನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದು, ಯುಕ್ತಾಯುಕ್ತಾ ಪರಿಜ್ಞಾನವುಳ್ಳ ಮಾರಾಟಗಾರರಾಗಿ (Rational Sellers) ನಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವುದು ಸಂಶೋಧನೆಯಿಂದ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. 10.7% ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಖಾಯಂ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರು ಇದ್ದು, 89.3% ಬೆಳೆಗಾರರು ಖಾಯಂ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸದೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆಧಾರಣೆಯನ್ನು ತುಲನೆ ಮಾಡಿ ಹೆಚ್ಚು ಬೆಲೆ ಸಿಗುವಲ್ಲಿಗೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಿದ್ದು, ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 5.22

ಬೆಳೆಗಾರರು ನಿಗದಿಪಡಿಸುವ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರು

ಕ್ರಸಂ.	ಅಭಿಪ್ರಾಯ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% ಶೇಕಡಾ
1	ಖಾಯಂ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದಾರೆ.	32	10.7 %
2	ಖಾಯಂ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿಲ್ಲ.	268	89.3 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

(χ^2 = 43.3 : P<0.0001, HS d.f = 1.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10

'Chi-Square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಪ್ರಜ್ಞಾವಂತ ಮತ್ತು ಜಾಗೃತಿ ಇರುವಂತಹ ಕೃಷಿಕರಾಗಿದ್ದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿತುಕೊಂಡು ಸರಕನ್ನು ವಿಕ್ರಯಿಸುತ್ತಾರೆ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿನ ಫಲಿತಾಂಶ (χ^2 = 43.3 : P<0.0001, HS d.f = 1) ಹೆಚ್ಚು ಅರ್ಥಗರ್ಭಿತವಾಗಿದ್ದು, (Highly Significant) ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ ಕೇವಲ ಆರ್ಥಿಕ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಲಾಭದಾಯಕತೆ (Profitability) ಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಹೆಚ್ಚು ಧಾರಣೆ

ಲಭಿಸುವ ಕೇಂದ್ರಕ್ಕೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ರವಾನಿಸುತ್ತಾರೆ. ಆದುದರಿಂದ ಇವರುಗಳು ಖಾಯಂ ಅಡಿಕೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಯನ್ನು ಅವಲಂಭಿಸಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಕನಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಅಂಚಿನ ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರು (Marginal Producers) ಸಾಂಪ್ರಾದಾಯಿಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ ಸಂಕಷ್ಟತೆಯಿಂದ ಅಥವಾ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಕನಿಷ್ಟಗೊಳಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಖಾಯಂ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಅದರಲ್ಲಿಯೂ ಶೇಕಡಾ 21.7% ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಉತ್ತಮ ಧಾರಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಗಳಿಸಿಕೊಂಡು ತಮ್ಮ ತಾಲೂಕಿನಿಂದ ಬೇರೆ ತಾಲೂಕುಗಳಿಗೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದ್ದು, ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ಪೂರಕವಾದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 5.23

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮತ್ತು ಅಂತರ್ ತಾಲೂಕು ವ್ಯಾಪಾರ.

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಅಭಿಪ್ರಾಯ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% ಶೇಕಡಾ
1	ಹೌದು	65	21.7 %
2	ಇಲ್ಲ	235	78.3 %
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0 %**

(χ^2 = 96.33, P<0.0001, HS, d.f = 1.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

'Chi-Square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ (χ^2 = 96.33, P<0.0001, HS d.f = 1) ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ರೈತರು (78.3%) ತಮ್ಮ ತಮ್ಮ ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದು, ಕನಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆಯ (21.7%) ರೈತರು ಮಾತ್ರ 'ಅಂತರ್ ತಾಲೂಕು ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ' ಅಡಿಕೆ ವಿಕ್ರಯ ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಉದಾ:– ಸುಳ್ಯ, ಪುತ್ತೂರು ಮತ್ತು ಮಂಗಳೂರು

ತಾಲೂಕಿನ ಕನಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆಯ ರೈತರು ಬಂಟ್ವಾಳ ತಾಲೂಕಿನ ವಿಟ್ಲ ಕೇಂದ್ರದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದು, ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ ವಿಟ್ಲದಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆ ಬಗ್ಗೆ ಇಂದು ಸೂಕ್ಷ್ಮಗ್ರಾಹಿಯಾಗಿದ್ದಾರೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

5.21. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ಆವರ್ತನ (Frequency) :

ಈಗಾಗಲೇ ಕಂಡುಕೊಂಡಂತೆ ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದವರಾಗಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕಾಲವನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡದಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ತಮ್ಮ ಕುಟುಂಬದ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಹಣದ ಅಗತ್ಯ ಕಂಡು ಬಂದಾಗ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳಿಂದ ನಿಖರವಾಗಿ ಹೇಳಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ –5.24

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ಕಾಲ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಅವಧಿ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% ಶೇಕಡಾ
1	ವಾರ್ಷಿಕ	06	2.0 %
2	ಅರ್ಧವಾರ್ಷಿಕ	24	8.0 %
3	ತ್ರೈವಾರ್ಷಿಕ	30	10.0 %
4	ಆಗಾಗ	240	80.0 %
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0 %**

(χ^2 = 488.16 : P<0.0001, HS d.f = 3.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು. 2009–10

ಮೇಲ್ಕಾಣಿಸಿದ ಕೋಷ್ಟಕದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಶೇಕಡಾ 80 ರಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಆಗಾಗ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆಂದು ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ. 10%

ಬೆಳೆಗಾರರು 03 ತಿಂಗಳಿಗೊಮ್ಮೆ, 8% ಬೆಳೆಗಾರರು ಅರ್ಧವಾರ್ಷಿಕ ಹಾಗೂ 2% ಬೆಳೆಗಾರರು ವಾರ್ಷಿಕವಾಗಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

'Chi-Square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಬಹಳ ಒತ್ತು ನೀಡಿ ಪುಷ್ಟೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.(χ^2 = 488.16 : $P < 0.0001$, HS d.f = 3) ಈ ಫಲಿತದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ರೈತರುಗಳು (80%) ತನ್ನ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದು, ಹಣದ ಅಗತ್ಯತೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆಯೇ ವಿನಃ, ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿಲ್ಲ ಎನ್ನಬಹುದು. ಇಂತಹ ವಿದ್ಯಮಾನವಿರುವಾಗ, ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಅಧಿಕ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆಯನ್ನು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಪಡೆಯಲು ಅಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ರೈತರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ಏರುವ ತನಕ ದಾಸ್ತಾನು ಮಾಡಲು ಆರ್ಥಿಕ ಶಕ್ತಿಯ ಕೊರತೆ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಇದು ಅವರ ಜೀವನಮಟ್ಟದ ಮೇಲೆ, ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಯ ಮೇಲೆ ಹಾಗೂ ಮಾನಸಿಕ ಸ್ಥಿತಿಯ ಮೇಲೆ ಋಣಾತ್ಮಕವಾದ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಬೀರುತ್ತದೆ.

5.22. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ದಾರಿಗಳು:

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ವೃತ್ತಿಯಾಗಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಒಂದು ಮಗ್ಗುಲಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು, ಇನ್ನೊಂದು ಮಗ್ಗುಲಲ್ಲಿ ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರು ಬಹಳ ಪೈಪೋಟಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೋ ಹೆಮ್ಮರವಾಗಿ ಬೆಳೆದು ನಿಂತಿದ್ದು, ಪ್ರಸ್ತುತ 'ಮಾಸ್' ಕೂಡ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಿದೆ. ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳೀಯ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಾಹುಕಾರರು ಹಾಗೂ ಮಾರವಾಡಿಗಳು ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಖಾಸಗೀ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ವಿವಿಧ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ಒಟ್ಟು ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕ ಪಾಲನ್ನು ತಮ್ಮ ಬುಟ್ಟಿಯೊಳಗೆ ಹಾಕುತ್ತದೆ. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಮಾರಾಟದ ದಾರಿಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.25

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಮಾರಾಟದ ದಾರಿಗಳು

ಕ್ರಸಂ.	ಮಾರಾಟದ ದಾರಿ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% ಶೇಕಡಾ
1	ಸ್ಥಳೀಯ ವರ್ತಕರು	83	27.7 %
2	ಮಾರವಾಡಿಗಳು	12	4.0 %
3	ಸಹಕಾರಿಗಳು	45	15.0 %
4	APMC	09	3.0 %
5	ದಲ್ಲಾಳಿ ವರ್ತಕರು	01	0.3 %
6	ಸಾಹುಕಾರರು	04	1.3 %
7	ಸ್ಥಳೀಯ ವರ್ತಕರು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು	146	48.7 %
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0 %**

(χ^2 = 411.01 ; $P<0.0001$, HS d.f = 6.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ– ಅಂಶಗಳು.

ಮೇಲ್ಕಾಣಿಸಿದ ಕೋಷ್ಟಕದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ 48.7% ದಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಖಾಸಗೀ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಿಗೆ ತಮ್ಮ ಸರಕನ್ನು ವಿಕ್ರಯಗೊಳಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. 27.7% ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಸ್ಥಳೀಯ ಖಾಸಗಿ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರಿಗೆ 15% ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಿಗೆ ತಮ್ಮ ಸರಕನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ. ಉಳಿದಂತೆ 4% ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾರವಾಡಿಗಳಿಗೆ, 3% ಬೆಳೆಗಾರರು APMC ಪ್ರಾಂಗಣದಲ್ಲಿ 1.6% ರೈತರು ಸಾಹುಕಾರರು ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಮೂಲಕ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿರುವುದು ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. 'Chi-Square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಹೇಳಿಕೆಯ ಪ್ರಕಾರ (χ^2 = 411.01 ; $P<0.0001$, HS d.f = 6) ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಬಹಳ ಕನಿಷ್ಠ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದು, ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರೊಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಒಂದೆಡೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಇನ್ನೊಂದೆಡೆ ವಿದ್ಯಾವಂತ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಇದ್ದರೂ ಸಹ, ಬಹುತೇಕ ಕೃಷಿಕರು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರೊಂದಿಗೆ, ವ್ಯಾಪಾರ ನಡೆಸುತ್ತಿರುವುದು ಒಂದು ವಿರೋಧಾಭಾಸವಾಗಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ತಮ್ಮ ಪ್ರಾಬಲ್ಯವನ್ನು ಮರೆದಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಬೆಳೆಗಾರರ 'ಬೇಕು' ಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸುವಲ್ಲಿ ವಿಫಲವಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಇಲ್ಲಿ ಕಾಣುವ. ಇನ್ನೊಂದು ಬಹಳ ಪ್ರಮುಖ್ಯವಾದ ವಿರೋಧಾಭಾಸ (Paradox) ಎಂದರೆ ರೈತರುಗಳಿಗೆ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರುಗಳಿಂದ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸೇವೆ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯವಾದ ಬೆಲೆ ಲಭಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬ ಅರಿವು ಇದ್ದರೂ ಕೂಡ ತಮ್ಮ ಸರಕುಗಳನ್ನು ವಿಕ್ರಯಿಸಲು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ ಮೂಲಗಳನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಾತಿನಿಧ್ಯ ಕೊಟ್ಟಿರುವುದು. ಈ ಮುಂದಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.26

ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯ

ಕ್ರಸಂ.	ಅಭಿಪ್ರಾಯ	ಬೆಳೆಗಾರರು	% ಶೇಕಡಾ
1	ನ್ಯಾಯ ಬೆಲೆ ಸಿಗುತ್ತದೆ	62	20.7 %
2	ನ್ಯಾಯ ಬೆಲೆ ಸಿಗುವುದಿಲ್ಲ.	238	79.3 %
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0 %**

(χ^2 = 103.25 ; P<0.0001, HS d.f = 1.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ– ಅಂಶಗಳು 2009–10.

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಪ್ರಕಾರ 20.7% ದಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರುಗಳಿಂದ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸೇವೆ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯ ಬೆಲೆ ಸಿಗುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಅಂಶವನ್ನು ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ

79.3% ದಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆಗೆ ಈ ವರ್ತಕರುಗಳಿಂದ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸೇವೆ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯ ಬೆಲೆ ಸಿಗುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದು, 'Chi-Square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ, ಈ ಮುಂದೆ ಹೇಳಿದಂತೆ ಮೌಲ್ಯ ಲಭಿಸಿರುತ್ತದೆ. ($\chi^2 = 103.25$; $P < 0.0001$, HS d.f = 1) ಈ ಮೌಲ್ಯದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರುಗಳು ನ್ಯಾಯವಾದ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಸೇವೆಯನ್ನು ನೀಡುವುದಿಲ್ಲ. ಅವರಲ್ಲಿ ಲೋಪದೋಷವಿರುವುದನ್ನು ಮನಗಂಡಿದ್ದಾರೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಆದರೂ ಸಹ, ಬಹುತೇಕ ಬೆಳೆಗಾರರು ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದು, 15% ದಷ್ಟು ರೈತರು ಮಾತ್ರ ಸಹಕಾರಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕವಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿರುವುದು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ವಿಫಲತೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ತನ್ನದೇ ಆದ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ವಿಫಲವಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಆದುದರಿಂದ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳು ತನ್ನ ಕಾರ್ಯವೈಖರಿಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಮೈಗೂಡಿಸಿಗೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಚಿಂತನೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಮನೋಭಾವನೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸುವ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಆಗಬೇಕೆಂದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ.

5.23. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಸಾಗಾಟ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ:

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಚಾಲಿ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಬಯಲು ಸೀಮೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬೇಯಿಸಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು ರೂಢಿ ಮತ್ತು ಈ ರೀತಿಯ ಅಡಿಕೆಗೆ ಅಧಿಕ ಧಾರಣೆ ಇರುವುದು ಸತ್ಯಾಂಶ. ಆದರೆ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಒಣಗಿಸಿ 'ಚಾಲಿ' ಅಥವಾ 'ಸರಕ'ನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ನೈಸರ್ಗಿಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಕೃತಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಒಣಗಿಸಬಹುದು ಅದರೆ ಈ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 100% ರೈತರು ನೈಸರ್ಗಿಕ ಬಿಸಿಲಿನಲ್ಲಿಯೇ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಒಣಗಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಮತ್ತು ಈ ವಿಧಾನದಿಂದ ಅಡಿಕೆಯ ಸಂಸ್ಕರಣಾ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಸ್ವಲ್ಪ ಮಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆಯಾಗಲು ಕಾರಣವಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಅಲ್ಲದೆ 97.2% ರೈತರು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಒಣಗಿಸಿ ಸುಲಿದು ಚಾಲಿ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದು, ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದ ರೈತರು (2.8%) ಮಾತ್ರ ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ

ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಇಳುವರಿ ಪಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಮತ್ತು ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಹಿಡುವಳಿ ಇರುವಂತಹ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಆರ್ಥಿಕ ಸಂಕಷ್ಟಗಳಿಂದ ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.27

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಕರು ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ಅಡಿಕೆ ಸುಲಿಯುವಿಕೆಯ ವಿಧಾನ.

ಕ್ರಸಂ.	ಅಡಿಕೆ ಸುಲಿಯುವ ವಿಧಾನ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% ಶೇಕಡಾ
1	ಮಾನವ ಶ್ರಮ	258	92.1 %
2	ಯಂತ್ರಗಳು	00	0.0 %
3	ಎರಡೂ ವಿಧಾನಗಳು	22	7.9 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

(χ^2 = 198.9: P<0.0001, HS, d.f = 1)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ (92.1%) ಬೆಳೆಗಾರರು, ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾನವ ಶ್ರಮದ ಮೂಲಕವೇ ಸುಲಿಯುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಬೆಳೆಗಾರರು (7.9%) ಮಾನವ ಶ್ರಮ ಮತ್ತು ಯಂತ್ರಗಳೆರಡನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಆದರೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಯಂತ್ರಗಳನ್ನೇ ಬಳಸಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ಯಾಂತ್ರೀಕರಣ ಮಾಡಿದ ರೈತರು ಯಾರೂ ಕಂಡು ಬಂದಿಲ್ಲ 'Chi-Square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ (χ^2 = 198.9: P<0.0001, HS d.f = 1) ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸುಲಿಯುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ರೈತರು ಮಾನವ ಶ್ರಮವನ್ನೇ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಯಂತ್ರಗಳ ಬಳಕೆ ಬಹಳ ಅಲ್ಪಗತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅಡಿಕೆ ಸುಲಿಯುವ ಯಂತ್ರಗಳು ಬಹಳ ದುಬಾರಿಯಾಗಿದ್ದು, ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದ ಬೆಳೆಗಾರರು ಇದನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುವುದು ಲಾಭದಾಯಕವಲ್ಲ. ಇದಲ್ಲದೆ, ಇಂತಹ ಯಂತ್ರಗಳನ್ನು ಬಳಸಿದರೂ, ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಯಂತ್ರದಿಂದಲೇ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಅಗತ್ಯವಿದ್ದೇ ಇರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಯಂತ್ರಗಳಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಸುಲಿದಾಗ ಅಪವ್ಯಯ (Wastage) ಪ್ರಮಾಣ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ, ರೈತರಿಗೆ ಮಿತವ್ಯಯ (Economies) ಸಿಗದಿರುವುದೇ

ಯಂತ್ರಗಳ ಕಡಿಮೆ ಬಳಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಸುಲಿಯುವ ಯಂತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಯಾಗಿ ಅತೀ ಮಿತದರದಲ್ಲಿ ಸಹಾಯಧನದೊಂದಿಗೆ (Subsidy) , ಇಂತಹ ಯಂತ್ರಗಳು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮೂಲಕವಾಗಿ ಸಾಲ ಸೌಲಭ್ಯಗಳೊಂದಿಗೆ ರೈತರಿಗೆ ದೊರಕುವಂತೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಲಾಭಗಳಿಸಲು, ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಒಣಗಿಸಿ, ದಾಸ್ತಾನು ಮಾಡಿ ಸಂಸ್ಕರಣೆಗೊಳಿಸುವುದು, ಕ್ಕೊಲಿನ ನಂತರದ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ (Post harvesting Method) ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಅಂಶವಾಗಿದೆ. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕರಿಸಲು ಮತ್ತು ಕೆಡದಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಧಾರಣೆ ಉತ್ತಮವಾಗುವ ತನಕ ಶೇಖರಿಸಲು, ಗೋದಾಮುಗಳು ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಸಂಗ್ರಹ ಮಳಿಗೆಗಳು ಅಡಿಕೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಈ ಮೊದಲೇ ಹೇಳಿದಂತೆ ಬಹುತೇಕ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ (80%) ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಆಗಾಗ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಈ ವಿದ್ಯಮಾನದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಸಂಗ್ರಹಣಾ ಮಳಿಗೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ ಬೆಳೆಗಾರರ ಒಂದು ಪಕ್ಷಿನೋಟವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ತಿಳಿಯಬಹುದು.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.28

ಅಡಿಕೆ ಸಂಗ್ರಹ ಮಳಿಗೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಬೆಳೆಗಾರರು

ಕ್ರಸಂ.	ಅಭಿಪ್ರಾಯ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% ಶೇಕಡಾ
1	ಸಂಗ್ರಹ ಮಳಿಗೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ	25	8.3 %
2	ಸಂಗ್ರಹ ಮಳಿಗೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲ.	275	91.7 %
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0 %**

(χ^2 = 208.3, P<0.0001,HS, d.f.=1)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ ಅಧಿಕವಾಗಿರುವುದರಿಂದ 91.7% ಬೆಳೆಗಾರರು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಸಂಗ್ರಹ ಮಳಿಗೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲ. ಇವರುಗಳು ತಮ್ಮ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಹಟ್ಟಿ, ಕೊಟ್ಟಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಸ್ಥಳವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿಕೊಂಡು ಅಡಿಕೆ ದಾಸ್ತಾನು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ, 8.3% ಬೆಳೆಗಾರರು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ದಾಸ್ತಾನು ಮಳಿಗೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕರಿಸುತ್ತಾರೆ. 'Chi-square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ (χ^2 =208.3, P<0.0001,HS, d.f.=1) ಉಲ್ಲೇಖಿಸುವುದಾದರೆ, ಬಹುತೇಕ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ದಾಸ್ತಾನು ಮಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಲ್ಲ. ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಜ್ಞಾನ, ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆ, ಸ್ಥಳಾವಕಾಶ, ಅಡಿಕೆ ಸಂಗ್ರಹದ ಕಾಲಾವಧಿ ಇತ್ಯಾದಿ ಅನೇಕ ಅಂಶಗಳು ಸಂಗ್ರಹ ಮಳಿಗೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಿಂದು ಸಂಗ್ರಹಣಾ ಮಳಿಗೆಯ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕಾಗಿ, ಕಡಿಮೆ ಬಡ್ಡಿ ದರದಲ್ಲಿ "ಗೋದಾಮು ಸಾಲ"ಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿವೆ. ಆದರೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಕೊರತೆಯಿದೆ. ಕೆಲವೊಂದು ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಈ ಸಾಲ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ರೈತರು ಬಳಸಿಕೊಂಡು, ದುರುಪಯೋಗವೂ ಆಗುತ್ತಿರುವುದು ಕಾಣಸಿಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಮತ್ತು ರೈತರುಗಳು ಜಾಗೃತರಾಗಿ, ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡರೆ, ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕರಿಸಿ, ಗುಣಮಟ್ಟ ಕಾಪಾಡಿ, ಅಧಿಕ ಧಾರಣೆ ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯ.

5.24. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ವಿವಿಧ ದಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂತೃಪ್ತಿ :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಅಡಿಕೆ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದು, ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ಸಹಕಾರಿ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರುಗಳಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಿದ್ದು ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಕನಿಷ್ಟ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುತ್ತಿರುವುದು ಈಗಾಗಲೇ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಆದರೆ ಈ ಜಿಲ್ಲೆಯ ರೈತರು ಅತೀ ವಿವೇಕಿಗಳಾಗಿದ್ದು, ಲಾಭದಾಯಕತೆಯನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿರಿಸಿ, ಲಭಿಸುವಂತಹ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಪ್ರಮಾಣದ ಮೇಲೆ, ತಮ್ಮ ಸರಕನ್ನು ಖಾಸಗಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಬಳಸುವಂತಹ ಮಾರಾಟ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಗಳಿಸಿರುವುದು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳಿಂದ ನಿಖರವಾಗಿದೆ.

ಕೊಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ: 5.29

ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ತೃಪ್ತಿ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಅಭಿಪ್ರಾಯ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% ಶೇಕಡಾ
1	ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ತೃಪ್ತಿ ಇದೆ.	272	90.7 %
2	ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ತೃಪ್ತಿ ಇಲ್ಲ.	28	9.3 %
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0 %**

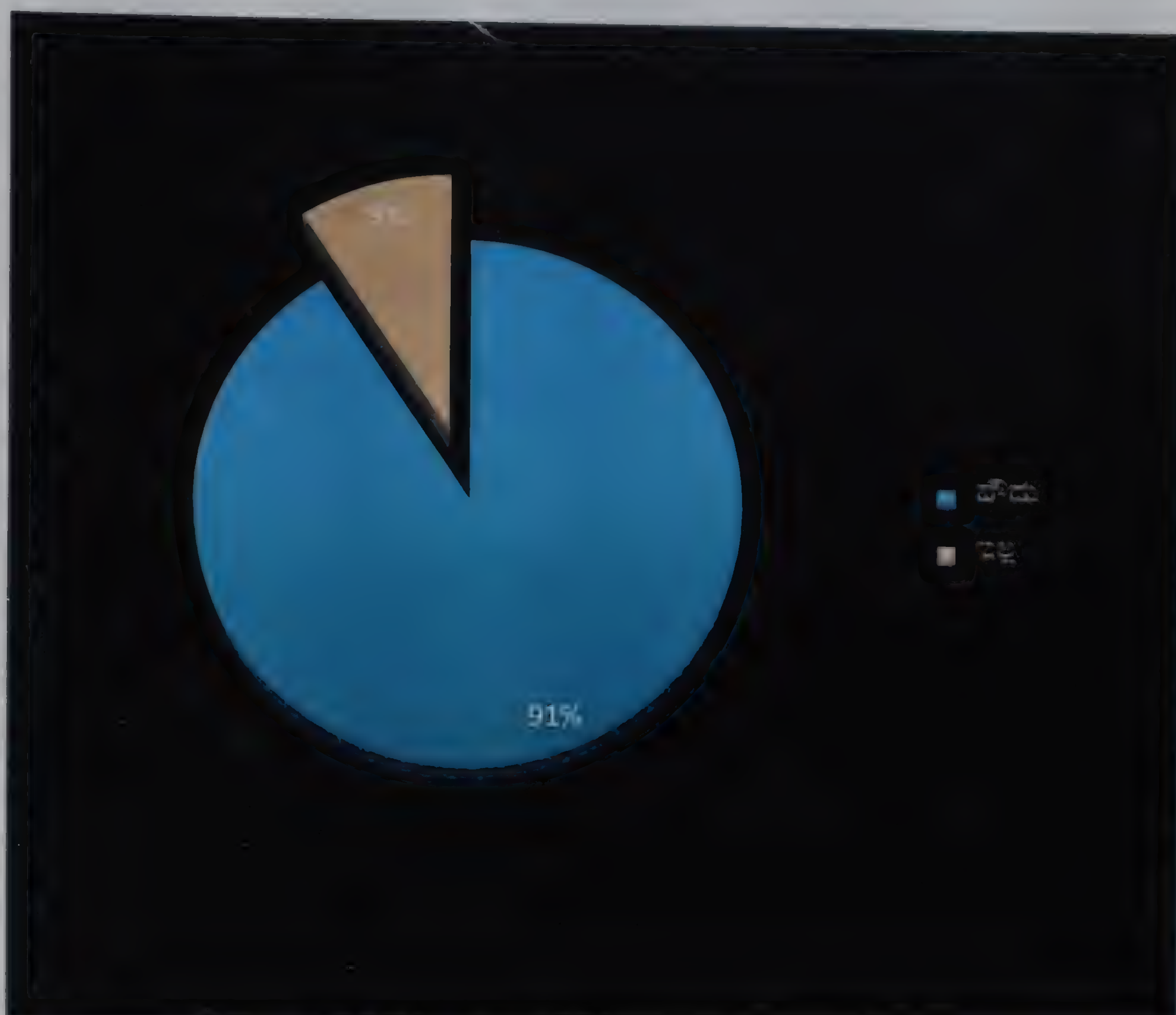
(χ^2 =198.45, P<0.0001,HS, d.f.=1.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10

ರೈತರು ಬಹಳ ವಿವೇಚನೆಯಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದು, 90.7% ಬೆಳೆಗಾರರು, ತಾವು ಅನುಸರಿಸುವ ಮಾರಾಟ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ತೃಪ್ತರಾಗಿದ್ದು, 9.3% ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾತ್ರ ಅತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ, ಸಂತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡ ಪ್ರಮಾಣವೇ ಗರಿಷ್ಟ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿದ್ದು, Chi-square ಪರೀಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿ ರೈತರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು ಗರಿಷ್ಟ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದು, (χ^2=198.45, P<0.0001,HS, d.f.=1) ಇಲ್ಲಿ ದತ್ತಾಂಶ P ಯ ಮೌಲ್ಯ ಅತೀ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದ್ದು, ಸಮೀಕ್ಷಾ ವರದಿಯಲ್ಲಿ ಗಳಿಸಿದಂತಹ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಸಾರ್ವತ್ರಿಕವಾಗಿ ಅಳವಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಬಹುತೇಕ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ವಿದ್ಯಾವಂತರಾಗಿ, ವಿವೇಕಿಗಳಾಗಿದ್ದುದರಿಂದ (rational beings) ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸಹಕಾರಿ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರಿಂದ ಪಡೆದುಕೊಂಡು, ತಮಗೆ ಗರಿಷ್ಟ ಲಾಭ ದೊರಕುವ ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಟ ನಷ್ಟ ಲಭಿಸುವ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಂಡು, ಗರಿಷ್ಟ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವುದರಲ್ಲಿ ಸಫಲರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ತಾನು ಅನುಸರಿಸುವ ಮಾರಾಟ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತಿದೆ.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ-5.8

ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ತೃಪ್ತಿ



5.25. ಮಾರಾಟ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ತೃಪ್ತಿಗೆ ಕಾರಣಗಳು :

30.1% ಬೆಳೆಗಾರರು, ತಮ್ಮ ಸಂತೃಪ್ತಿಗೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ ಅಧಿಕ ಬೆಲೆ ದೊರೆಯುವಿಕೆಯೇ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ ಎಂದಿರುತ್ತಾರೆ. 22.1% ಬೆಳೆಗಾರರು, ತಾವು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸೇವೆ ದೊರಕುತ್ತಿದೆ ಎಂದಿದ್ದು, 20.2% ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿಯ ಮತ್ತು ಮಾನವೀಯ ಉಪಚಾರಗಳಿಂದಲೂ ಹಾಗೂ 7.4% ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಅನುಕೂಲಕರ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ತೃಪ್ತಿ ಲಭಿಸಿದೆ ಎಂದು ದತ್ತಾಂಶಗಳಿಂದ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದ್ದು, ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೊಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿದೆ.



ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ: 5.30

ಮಾರಾಟ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ತೃಪ್ತಿಗೆ ಕಾರಣಗಳು

ಕ್ರ.ಸಂ.	ತೃಪ್ತಿಗೆ ಕಾರಣಗಳು	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% ಶೇಕಡಾ
1	ಅಧಿಕ ಬೆಲೆ	82	30.1 %
2	ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸೇವೆ	60	22.1 %
3	ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿ	55	20.2 %
4	ಮಾನವೀಯ ಉಪಚಾರ	55	20.2 %
5	ಅನುಕೂಲ ದೃಷ್ಟಿ	20	7.4 %
ಒಟ್ಟು		**272**	**100.0 %**

(χ^2=63.64, P<0.0001, HS d.f.=1)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು.

ಮೇಲ್ಕಾಣಿಸಿದ ಕೋಷ್ಟಕದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು 'Chi-square' ಪರೀಕ್ಷಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿದಾಗ (χ^2=63.64, P<0.0001, HS d.f.=1) ಲಭಿಸಿದ ಮೌಲ್ಯವು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಇದರ ಪ್ರಕಾರ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂತೃಪ್ತಿಗೆ ಮೂಲ ಕಾರಣ, ಅವರು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಬೆಲೆಯು ದೊರಕುವಿಕೆಯೇ ಆಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿನ ರೈತರು, ವಿವಿಧ ಮಾರಾಟ ಮಳಿಗೆಗಳಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯನ್ನು ತುಲನೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡು, ಇನ್ನಿತರ ಯಾವುದೇ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳದೆ, ಅಧಿಕ ಬೆಲೆ ದೊರಕುವ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಸರಕನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಿಗಿಂತ, ಸ್ಥಳೀಯ ಖಾಸಗಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಬೆಲೆ ನಿಗದಿಗೊಳಿಸುವ ಕಾರಣದಿಂದ, ಇಂದು ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸದಸ್ಯತನ ಪಡೆದಿದ್ದರೂ, ಖಾಸಗಿ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿಯೇ, ಕೆಲವು ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ರೈತರು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ತಮ್ಮ ತಾಲೂಕನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಬೇರೆ ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ವಿಕ್ರಯಿಸುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

ಆದುದರಿಂದ, ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಖಾಸಗೀ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗಿಂತ ಅಧಿಕ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಅಡಿಕೆಗೆ ನಿಗದಿಗೊಳಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ರೈತರಿಗೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಾಗಿಸಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ, ತನ್ನ ಶಾಖೆಗಳನ್ನು, ಉಪ ಶಾಖೆಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಿ, ತನ್ನದೇ ಆದ ಸಾಗಾಟ ವಾಹನವನ್ನು ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ತನ್ನ ಕಡೆಗೆ ಆಕರ್ಷಿಸಬಹುದಾಗಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡಲಾಗಿದೆ.

5.26. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಡುವ ವಾಹನಗಳು :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ರಸ್ತೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ರೈತರಿಗೆ ಖಾಸಗಿ ಅಥವಾ ಬಾಡಿಗೆ ವಾಹನಗಳ ಮೂಲಕ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಪರ್ಕ ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಬೆಳೆಗಾರರು ನೀಡಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ, ಅವರು ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ವಾಹನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ: 5.31

ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಡುವ ವಾಹನಗಳು

ಕ್ರ.ಸಂ.	ವಾಹನಗಳ ಮಾದರಿ	ಬಳಕೆದಾರರ ಪ್ರಮಾಣ	% ಶೇಕಡಾ
1	ದ್ವಿಚಕ್ರ ವಾಹನಗಳು	00	0.0 %
2	ತ್ರಿಚಕ್ರ ವಾಹನಗಳು	202	67.3 %
3	ಚತುಷ್ಚಕ್ರ ವಾಹನಗಳು	98	32.7 %
4	ಮಾನವ ಶ್ರಮ	00	0.0 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

(χ^2=36.05, P<0.0001, HS d.f.=1)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ– ಅಂಶಗಳು.

ಬಹು ಸಂಖ್ಯೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಖಾಸಗಿ ವಾಹನ ಹೊಂದಿಲ್ಲವಾದುದರಿಂದ ತ್ರಿಚಕ್ರ ವಾಹನಗಳನ್ನು ತಮ್ಮ ಸರಕು ಸಾಗಾಟಕ್ಕೆ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ 67.3% ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರು ತ್ರಿಚಕ್ರ ವಾಹನಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದು, 32.7% ರೈತರು ಚತುಷ್ಚಕ್ರ ವಾಹನಗಳನ್ನು ಅಡಿಕೆ ಸಾಗಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

'Chi-square' ಪ್ರಯೋಗದ ಪ್ರಕಾರ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ (67.3%) ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರು ತ್ರಿಚಕ್ರ ವಾಹನಗಳನ್ನು ಸರಕು ಸಾಗಾಟಕ್ಕೆ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಮೊದಲೇ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಿರುವಂತೆ, ಹೆಚ್ಚಿನ ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರು, ತಮ್ಮ ತಮ್ಮ ತಾಲೂಕಿನೊಳಗೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು, ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ವಿಕ್ರಯಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಅಟೋರಿಕ್ಷಾಗಳು, ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಮಿತವ್ಯಯದ ಸಾಗಾಣಿಕಾ ಮೂಲಗಳಾಗಿ ರೈತರಿಗೆ ಅನುವುಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಟೋರಿಕ್ಷಾಗಳಿಗೂ ಗರಿಷ್ಠ ಮಟ್ಟದ ಆದಾಯ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಿಂದ ಲಭಿಸುತ್ತಿರುವುದು ತಾರ್ಕಿಕ (logical) ವಿಚಾರ. ಅಲ್ಲದೆ, ಈ ತ್ರಿಚಕ್ರ ವಾಹನಗಳು ಅಡಿಗೆ ಸಾಗಾಟಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರ ಅಲ್ಲದೆ, ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳು ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಕೃಷಿ ಹೂಡುವಳಿ (agricultural input)ಗಳ ಸಾಗಾಟಕ್ಕೂ ಉಪಯೋಗ ಆಗುತ್ತಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರ ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟು ಮತ್ತು ತ್ರಿಚಕ್ರವಾಹನಗಳ ಆದಾಯಕ್ಕೂ ಬಹಳ ನಿಕಟ ಪೂರ್ವ ಸಂಬಂಧವಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ 73.3% ಬೆಳೆಗಾರರು ಬಾಡಿಗೆ ವಾಹನವನ್ನು ಅಡಿಕೆ ಸಾಗಾಟಕ್ಕೆ ಉಪಯೋಗ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದು, 8.4% ರೈತರು ಸೇವಾ ವಾಹನಗಳಲ್ಲಿ ಸರಕು ಸಾಗಿಸುತ್ತಿರುವುದು ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಖಾಸಗಿ ವಾಹನಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಸಾಗಾಟ ಮಾಡುವವರ ಪ್ರಮಾಣ 18.3% ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ವಿಷಯವನ್ನು ಮುಂದಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ: 5.32

ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಬಳಸುವ ವಾಹನಗಳ ವಿಧ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ವಾಹನದ ವಿಧ	ಬಳಕೆದಾರರ ಪ್ರಮಾಣ	% ಶೇಕಡಾ
1	ಖಾಸಗಿ ವಾಹನ	55	18.3 %
2	ಬಾಡಿಗೆ ವಾಹನ	220	73.3 %
3	ಸೇವಾ ವಾಹನ	25	8.4 %
	ಒಟ್ಟು	**300**	**100.0 %**

(χ^2=220.5, P<0.0001, HS d.f.=2.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ-ಅಂಶಗಳು.

'Chi-square' ಪ್ರಯೋಗದ ಪ್ರಕಾರ ಈ ಕೋಷ್ಟಕವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದಾದರೆ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ಬಾಡಿಗೆ ವಾಹನವನ್ನು ಬಳಸುತಿದ್ದು, ಖಾಸಗಿ ವಾಹನವನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುವ ಶಕ್ತಿ ಇಲ್ಲದವರಾಗಿದ್ದಾರೆ. (χ^2=220.5, P<0.0001, HS d.f.=2). ಆದುದರಿಂದ ಈ ಎಲ್ಲಾ ರೈತರು ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಸೇರಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಸಾಗಾಟಕ್ಕೆ ಬಾಡಿಗೆ ವಾಹನಗಳನ್ನೇ ಅವಲಂಭಿಸಿದ್ದಾರೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

5.27. ಸರಕಾರದ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು:

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಗರಿಷ್ಟ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಧನವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಒಂದು ಕ್ಷೇತ್ರವಾಗಿದ್ದು, ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ, ಹೂಡುವಳಿಗಳಿಗೆ, ಕೀಟನಾಶಕ, ನೀರಾವರಿ ವಿಧಾನಗಳಿಗೆ, ವಿದ್ಯುಚ್ಛಕ್ತಿ, ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿಗೆ, ಕೇಂದ್ರ ಸರಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರಕಾರಗಳು ಸಹಾಯ ಧನ (subsidy) ನೀಡುತ್ತಿದೆ. ಈ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ಹಣದ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಸವಲತ್ತುಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಕೃಷಿ ಇಲಾಖೆಗಳ ಮೂಲಕ ದೊರಕುತ್ತಿದೆ. ಆದರೆ, ರೈತರುಗಳು ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದರೂ, ಇಂತಹ ಸೌಲಭ್ಯಗಳ ಫಲಾನುಭವಿಗಳಾಗಲು ಅಶಕ್ತರಾಗಿದ್ದು, ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರುಗಳು ಸರಕಾರ ನೀಡುವ ಸೌಲಭ್ಯಗಳಿಂದ ವಂಚಿತರಾಗಿದ್ದಾರೆಂದು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಮೂಲಕ ನಿಖರಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ: 5.33

ಸಹಾಯಧನ ಪಡಕೊಂಡಿರುವ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು

ಕ್ರಸಂ.	ಬೆಳೆಗಾರರ ವರ್ಗ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡಾ)
1	ಸಹಾಯಧನ ಪಡಕೊಂಡವರು.	68	22.7 %
2	ಸಹಾಯಧನ ಪಡಕೊಳ್ಳದವರು.	232	77.3 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

(χ^2 = 89.6, P<0.0001,HS d.f.=1.)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ-ಅಂಶಗಳು.

ಮೇಲ್ಕಾಣಿಸಿದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದಂತೆ, 77.3% ರೈತರು ಸರಕಾರದ ಸಹಾಯ ಧನವನ್ನು ಪಡೆಯದೆ ಇದ್ದು, 22.7% ರೈತರು ಮಾತ್ರ ಸರಕಾರದಿಂದ ಸಹಾಯಧನವನ್ನು ಪಡೆದಿರುತ್ತಾರೆ. 'Chi-square' ಪರೀಕ್ಷೆಯಿಂದ ಗಳಿಸಿದ ಫಲಿತದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದಾದರೆ, (χ^2=89.6, $P<0.0001$,HS d.f.=1) ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ ರೈತರು, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ, ಸರಕಾರದ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿಲ್ಲ. ರೈತರು ಹಾಗೂ ಅವರ ಮಕ್ಕಳು, ಪದವಿ, ಪದವಿ ಪೂರ್ವ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದರೂ, ಸರಕಾರದಿಂದ ದೊರಕುವಂತಹ ಸಹಾಯ ಧನ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಅರಿತುಕೊಳ್ಳವಲ್ಲಿ ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರಾಗಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ. ಒಂದು ಆಯಾಮದಲ್ಲಿ ವಿಚಾರಿಸುವುದಾದರೆ, ರೈತರ ನಿರ್ಲಕ್ಷತನವು ಕಾರಣವಾಗಿದ್ದು, ಇನ್ನೊಂದು ಆಯಾಮದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದಾದರೆ, ಸರಕಾರಿ ಇಲಾಖೆಗಳ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು, ಸರಕಾರಿ ಸೌಲಭ್ಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ರೈತರಿಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡುವುದರಲ್ಲಿ ವಿಫಲರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಕಳೆನಾಶಕ, ಕೀಟನಾಶಕ, ಸಿಂಪಡನಾ ಪರಿಕರಗಳು, ಕಳೆ ಕೀಳುವ ಯಂತ್ರಗಳು, ವಿದ್ಯುತ್‌ಶಕ್ತಿ ಪಂಪ್‌ಗಳು, ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿಗೆ ಸರಕಾರದಿಂದ ಸಹಾಯ ಧನ ಪಡೆಯುವ ಯೋಗ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಹತೆ ಇದ್ದರೂ, ಇಂದು ಅನೇಕ ರೈತರಿಗೆ ಇವುಗಳ ಮಾಹಿತಿಯ ಕೊರತೆ ಇದೆ. ಮಾಹಿತಿ ಇದ್ದರೂ, ಇಲಾಖೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಛೇರಿ ಕೆಲಸಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಬಹಳಷ್ಟು ಸಂಕೀರ್ಣವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಅಲ್ಪ ಜ್ಞಾನ ಪಡೆದಂತಹ ರೈತರುಗಳು ಇಂದು ಇಲಾಖೆಗಳನ್ನು ಭೇಟಿಯಾಗದೆ ಇರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ, ರಾಜಕೀಯ ಅಂಶಗಳು, ಸರಕಾರಿ ಇಲಾಖೆಗಳಲ್ಲಿ ಆಟವಾಡುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ, ನಿಜವಾದ ಫಲಾನುಭವಿಗಳಿಗೆ, ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ವಂಚಿತವಾಗುತ್ತಿವೆ.

ಈ ಮೇಲೆ ವಿಶ್ಲೇಷಿದಂತೆ 22.7% ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಾಯ ಧನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದು, ಇವರುಗಳಲ್ಲಿ, 70.6% ರೈತರು ಹಣದ ಮೂಲಕ ಸಹಾಯಧನವನ್ನು ಪಡೆದಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಿಂದ ತಿಳಿದುಬರುತ್ತಿದೆ. 29.4% ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾತ್ರ ಸವಲತ್ತುಗಳ ಮೂಲಕ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಮೂಲಕ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ: 5.34

ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಾಯಧನದ ರೂಪಗಳು

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಸಹಾಯಧನದ ರೂಪಗಳು	ಫಲಾನುಭವಿಗಳು	% (ಶೇಕಡಾ)
1	ಹಣ	48	70.6 %
2	ಸವಲತ್ತುಗಳು	20	29.4 %
ಒಟ್ಟು		**68**	**100.0 %**

(χ^2 =11.52, P<0.0001,HS d.f.=1)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು 2009–10.

'Chi-square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸರಕಾರದ ಸಹಾಯಧನ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿರುವ ರೈತರ ಸಂಖ್ಯೆ ಅತೀ ಕಡಿಮೆಯಿದ್ದು, ಸಹಾಯಧನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವುದರಲ್ಲಿ ರೈತರು ಔದಾಸೀನ (indiference) ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ. ಸಹಾಯಧನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡವರಲ್ಲಿ ಹಣದ ಮೂಲಕ ಪಡೆದುಕೊಂಡವರೇ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದ್ದು, ಅತೀ ಕನಿಷ್ಟ ಸಂಖ್ಯೆಯ ರೈತರು ಮಾತ್ರ ಸವಲತ್ತುಗಳ ಮೂಲಕ ಫಲಾನುಭವಿಗಳಾಗಿದ್ದಾರೆ. 2009 ಮತ್ತು 2010ನೇ ಇಸವಿಯಲ್ಲಿ ಸರಕಾರ ಅಡಿಕೆಗೆ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆ ನೀಡುವಾಗ, ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದವರು, ಇಲ್ಲಿ 'ಹಣರೂಪಿ ಸಹಾಯಧನ' ಎಂದು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿದ್ದು, ಇದು ರೈತರ ಸ್ವತಃ ಪ್ರಯತ್ನದಲ್ಲಿ ಗಳಿಸಿದ ಸಹಾಯಧನ ಅಲ್ಲ ಎನ್ನಬಹುದು. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಸಹಾಯಧನದ ಬಗ್ಗೆ Chi-square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಬಹಳ ಅರ್ಥಗರ್ಭಿತವಾದ ಫಲಿತವನ್ನು (χ^2=11.52, P<0.0001,HS, d.f.=1) ನೀಡಿದ್ದು, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ಸಹಾಯಧನವನ್ನು ಪಡೆಯುದರಲ್ಲಿ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

ಆದುದರಿಂದ ಬೆಳೆಗಾರರು, ಈ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತರಾಗಬೇಕಾಗಿದ್ದು, ಸರಕಾರದ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಸದುಪಯೋಗಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಇದರಿಂದ ಸ್ವಲ್ಪ ಮಟ್ಟಿನ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಬಹುದು. ಇಂತಹ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ರೈತರಿಂದ ಬಳಸಿಕೊಂಡಾಗ, ರೈತರು ಸರಕಾರದ ಧೋರಣೆಯೊಂದಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಭಾಗವಹಿಸುವಂತಾಗುತ್ತಾರೆ. ಮತ್ತು ಇದು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸರಕಾರವು 'ಗ್ರಾಮ ಸೇವಕರ' ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಯನ್ನು ಬಲಪಡಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಮಸ್ಥೆಗಳು, ತಮ್ಮ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಮತ್ತು ರೈತರೊಂದಿಗೆ ನಿಕಟ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು, ಸರಕಾರದ ಸವಲತ್ತುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ 'ಮಾಹಿತಿವಾಹಿನಿ' ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತನ್ನ ಕಾರ್ಯಸೂಚಿಯಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಇದರಿಂದ, ಬೆಳೆಗಾರರು, ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಸದಸ್ಯರುಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿ, ಈ ಸದಸ್ಯರುಗಳು ಸರಕಾರಿ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಂತೆ, ಬೆಳೆಗಾರರು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ನಡುವಿನ ಅಂತರ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿ, ದ್ವಿಪಕ್ಷೀಯ ಬಾಂಧವ್ಯತೆಯನ್ನು ಭದ್ರಪಡಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ.

5.28. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳು:

ಈ ಮೊದಲಿನ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ನಿರೂಪಿಸಿದಂತೆ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಬೃಹತ್ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ (CAMPCO) ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ, ಮಾಸ್ (MASS), ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘ (ನಿ.) (SKACMS) ಗಳು ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. 1970 ದಶಕದ ಆದಿ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಕುಸಿಯಲಾರಂಭಿಸಿ 1973 ರಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ಕ್ವಿಂಟಾಲೊಂದರ ರೂಪಾಯಿ 300/ ಕ್ಕೆ ಇಳಿಯಿತು. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತು. ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರತೊಡಗಿತು. ಆದರೆ 2000-01ನೇ ಇಸವಿಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತೆ ಏರಿದ್ದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಕುಸಿತ ಬಂದಾಗ 'ಮಾಸ್' ಸಹಕಾರಿಯ ಉದಯಗೊಂಡಿತು ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯುಂಟಾಯಿತು. ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿದಾಗ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಸ್ಥಿರತೆಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು ಲಭಿಸಿರುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.35

ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಸ್ಥಿರತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯ.

ಕ್ರಸಂ.	ಅಭಿಪ್ರಾಯ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% ಶೇಕಡಾ
1	ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆ ಇದೆ.	85	28.3 %
2	ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆ ಇಲ್ಲ.	215	71.7 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

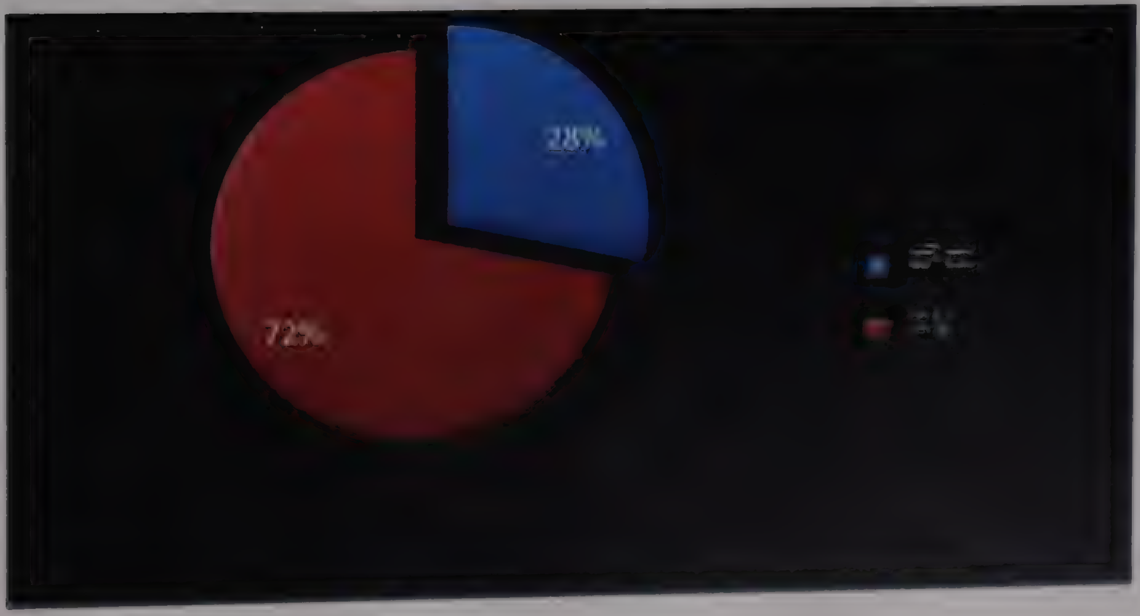
(χ^2=56.3; P<0.0001, HS , d.f.=1)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು.

ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಮೂಲೆ ಮೂಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದರೂ, ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆ ಇರಲಿಲ್ಲ. ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ 71.7% ರೈತರು ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಸ್ಥಿರತೆಯಿದೆಯೆಂದೂ, 28.3% ರೈತರು ಸ್ಥಿರತೆಯಿದೆಯೆಂದು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಈ ಅಂಶಗಳನ್ನು 'Chi-square' ಪರೀಕ್ಷೆಗೆ ಅಳವಡಿಸಿದಾಗ, ಲಭಿಸಿದಂತಹ ಅಂಕಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು (High Significance) ಹೊಂದಿದ್ದು, (χ^2 =56.3 P<0.0001,HS d.f.=1) ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸುಮಾರು 72% ರೈತರು ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಸ್ಥಿರತೆಯಿದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ–5.9

ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಸ್ಥಿರತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯ



ಅಧ್ಯಯನದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಸರಾಸರಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಧಾರಣೆ ರೂಪಾಯಿ 42 ರಿಂದ ರೂಪಾಯಿ 82ರ ತನಕ ಏರುಪೇರಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾದ ಏರಿಕೆ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿರುವುದು ತಜ್ಞರ ವರದಿಗಳಿಂದ ತಿಳಿಯುತ್ತದೆ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿದಾಗ 81.7% ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದು, 18.3% ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಿಂದ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.36

ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ತೃಪ್ತಿಯ ಪ್ರಮಾಣ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ವಿಷಯ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% ಶೇಕಡಾ
1	ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ತೃಪ್ತಿ ಇದೆ.	55	18.3 %
2	ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ತೃಪ್ತಿ ಇಲ್ಲ.	245	81.7 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

(χ^2=120.33 P<0.0001,HS d.f.=1)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಮೇಲ್ಕಾಣಿಸಿದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆಯಿದ್ದು, ಅತೃಪ್ತಿಯಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ತಿಳಿದು ಬಂದಿವೆ. 'Chi-square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ (χ^2 =120.33 P<0.0001,HS d.f.=1) ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಏರುಪೇರು ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ನಿರ್ವಹಣಾ ಹಾಗೂ ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚದಿಂದಾಗಿ ರೈತರ ಲಾಭಾಂಶ ಕನಿಷ್ಠ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಇಳಿದಿದ್ದು, ಪ್ರಸ್ತುತ ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಸಮಾಧಾನವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಏರಿಸಿ, ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಅನಿವಾರ್ಯತೆಯಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

5.29. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು :

ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳೊಂದಿಗೆ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುವ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇಕಡಾ 15 ಆಗಿದ್ದೂ, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಬಹತೇಕ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರು ಉತ್ತಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ತಿಳಿಯಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ: 5.37

ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಅಭಿಪ್ರಾಯ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡಾ)
1	ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸೇವೆ ಇದೆ.	235	78.3 %
2	ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸೇವೆ ಇಲ್ಲ	65	21.7 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

(χ^2=96.33 P<0.0001,HS d.f.=1)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಇಲ್ಲಿನ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಪ್ರಕಾರ 78.3% ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಿಂದ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸೇವೆ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ದೊರಕುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದು, 21.7% ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿ ಅಸಮಾಧಾನವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. 'Chi-square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಈ ರೀತಿ ಫಲಿತಗಳು ಲಭಿಸಿದೆ. (χ^2 =96.33 P<0.0001,HS d.f.=1) ಇಲ್ಲಿ ಲಭಿಸಿದ P ದತ್ತಾಂಶದ ಮೌಲ್ಯ P<0.0001, ಇದು ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಗಾರರ ಸ್ಪಂದನೆಗೆ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದು, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ರೈತರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಮೇಲೆ ಅತ್ಯಂತ ವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದು, ಈ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಇನ್ನಷ್ಟು ಬೆಳೆಯಲು ವಿಫುಲ ಅವಕಾಶವಿದೆ ಎಂದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ರೈತರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಸ್ಪಂದಿಸದೆ ಇರುವುದಕ್ಕೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ ಈ ಸಂಘಗಳಲ್ಲಿನ ಲೋಪದೋಷಗಳೇ ಆಗಿದೆ ವಿನಃ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರದ್ದು ಅಲ್ಲ ಎನ್ನಬಹುದು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಅಡಿಕೆಗೆ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ನೀಡಿ, ರೈತರೊಂದಿಗೆ ನಿರಂತರ ಸಂಪರ್ಕವಿಟ್ಟುಕೊಂಡಲ್ಲಿ, ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ, ಈ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರ ಮೇಲಿನ ಆದ್ಯತೆ ಕಡಿತಗೊಳಿಸಿ, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳೊಂದಿಗೆ ತಮ್ಮ ಸಂಪರ್ಕ ಜಾಲವನ್ನು

ವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ನಿಖರವಾಗುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಇಂದು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಲ್ಲಿ ಸಮಾಜಮುಖಿ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗಬೇಕಾಗಿದೆ. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಲ್ಲಿ ಧನಾತ್ಮಕ ಬದಲಾಣೆಯಾದಾಗ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ವಿಷವರ್ತುಲದಲ್ಲಿ ಬಿರುಕುಕಂಡು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಬಹುದು ಇದರಿಂದ ಸಹಕಾರೀ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೂ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯಬಹುದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಸಹಕಾರಿ ತತ್ವದ ಬಗ್ಗೆ ಜಾಗೃತಿ ಉಂಟಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ ಎಂದು, ಈ ಮೇಲಿನ ವಿದ್ಯಮಾನಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಿಂದ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

5.30. ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಾಗುವ ಆವರ್ತನಗಳಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು:

ಅಧ್ಯಯನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ ಬೆಳೆಗಾರರು (71.4%) ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಆವರ್ತಗಳು (Fluctuations) ಆಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದು, ಈ ಆವರ್ತನಗಳಿಗೆ ಅದರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಯಲ್ಲಿ (ಪ್ರಶ್ನೆ ಸಂಖ್ಯೆ 52) ಕೇಳಲಾಯಿತು. ಮಾಹಿತಿದಾರರಿಗೆ 06 ಆದ್ಯತಾ ಅಂಶಗಳೊಂದಿಗೆ ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಲು ಅವಕಾಶ ಕೊಟ್ಟು ಅದರ ಪ್ರಥಮ ಆದ್ಯತೆಗೆ 06 ಮತ್ತು ಅಂತಿಮ ಆದ್ಯತೆಗೆ 01 ಎಂದು ಶ್ರೇಯಾಂಕವನ್ನು ನೀಡಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟು ಸೇರಿಸಿ (Standard Deviation) ಮತ್ತು 'Mean Value' ಮೂಲಕ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ–5.38

ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಆವರ್ತನಗಳಿಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಬೆಲೆಯ ಅಸ್ಥಿರತೆಗೆ ಕಾರಣಗಳು	'Mean Value'	Standard Deviation	% Mean
1	ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದು	4.9	0.45	82.0
2	ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ವಿಷ ವರ್ತುಲ	4.7	0.38	77.6
3	ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಏರುಪೇರು	2.4	1.23	39.3
4	ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಅಗಾಧ ಏರಿಕೆ	1.8	0.94	29.7
5	ಸರಕಾರದ ನೀತಿ	2.8	1.46	47.0
6	ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಅಸಮರ್ಥತೆ	4.8	2.47	80.6

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಅಸಮರ್ಥತೆ (Percentage Mean 82.0 ಮತ್ತು 80.6) ಎಂಬ ಎರಡು ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ನೀಡಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದು ಎಂಬ ಅಂಶದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಹೆಚ್ಚು ಒಮ್ಮತದ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಹೊಂದಿದ್ದು, (Standard Deviation 0.45) ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಅಸಮರ್ಥತೆ ಎಂಬ ಅಂಶದಲ್ಲಿ ಸ್ವಲ್ಪ ಚದುರಿದ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಉಳಿದಂತೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ವಿಷವರ್ತುಲಕ್ಕೆ 77.6% ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಿದ್ದು, ಹೆಚ್ಚು ಒಮ್ಮತದ ಅಭಿಪ್ರಾಯ (Standard Deviation 0.38) ಹೊಂದಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಅಗಾಧ ಏರಿಕೆ ಎಂಬ ಅಂಶಕ್ಕೆ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಒತ್ತನ್ನು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. (29.7%) ಇಲ್ಲಿ ಸರಕಾರದ ನೀತಿಯನ್ನು ಬೆಳೆಗಾರರು ಒಂದು ಅಂಶವಾಗಿ ಗುರುತಿಸಿದ್ದು, 47% ಆದ್ಯತೆಯ ಅಂಕವನ್ನು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ.

ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಅಸ್ಥಿರತೆಗೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣಗಳಾಗಿ ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದು ನೀತಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಅಸಮರ್ಥತೆ ಎಂಬ ಅಂಶಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ನೀಡಿದ್ದು, ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಸರಕಾರ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿಗಳು ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಚಿಂತನೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಿ, ಸುಧಾರಣೆ ತಂದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಬಹುದೆಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡಲಾಗಿದೆ.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ–5.10

ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಆವರ್ತನಗಳಿಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು



5.31. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು_ಮತ್ತು 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆ :

2000–2001ನೇ ಇಸವಿಯಲ್ಲಿ, ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊದಂತಹ ಬೃಹತ್ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆ ಇದ್ದರೂ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಕುಸಿತ ಕಂಡುಬಂದಿತು. ಆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅವಿಭಜಿತ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಒಟ್ಟು ಸೇರಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಿದಂತಹ ಹೊಸ ಸಂಸ್ಥೆಯೇ 'ಮಾಸ್'. ಈ 'ಮಾಸ್'. ಸಂಸ್ಥೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಮತ್ತು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, 2009–10ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಇದರ ಪ್ರಧಾನ ಶಾಖೆಯನ್ನು ಮಂಗಳೂರಿನ ಪಡೀಲ್‌ನಿಂದ ಬೈಕಂಪಾಡಿ APMC ಪ್ರಾಂಗಣಕ್ಕೆ ಸ್ಥಳಾಂತರಿಸಲಾಯಿತು.

ದಿನಾಂಕ 10–10–2001 ರಂದು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಸಹಕಾರಿ ಸೌಹಾರ್ದ ಕಾಯ್ದೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಂಡಿತು. ಭಾರತದಾದ್ಯಂತ ಒಟ್ಟು 14 ಕಛೇರಿಗಳಿದ್ದು, 56 ಸಹ ಸದಸ್ಯ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಪ್ರಸ್ತುತ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಆರಂಭಿಕ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಬಹಳ ವೇಗವಾಗಿ ಸದಸ್ಯತನದ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆ ಕಂಡು ಬಂದಿದ್ದು, ನಂತರದ ಹಂತದಲ್ಲಿ ನಿಧಾನವಾಗಿ ಸದಸ್ಯತನದ ಏರಿಕೆ ಕಂಡುಬಂದಿವೆ. 2010ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಒಟ್ಟು ಸದಸ್ಯತನದ ಸಂಖ್ಯೆ 4,754 ಅಧ್ಯಯನದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ 'Sample Survey' ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿದಾಗ, ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಿದಂತೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು ಲಭಿಸಿವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ: 5.39

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸದಸ್ಯತನ

ಕ್ರಸಂ.	ವಿಷಯ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡಾವಾರು)
1	ಸದಸ್ಯರು ಹೌದು	194	64.7 %
2	ಸದಸ್ಯರು ಅಲ್ಲ	106	35.3 %
ಒಟ್ಟು		300	100.0 %

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ-ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಸಂದರ್ಶಿಸಿದ ಒಟ್ಟು 300 ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ 64.7% ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸದಸ್ಯರಾಗಿದ್ದು, 35.3% ಬೆಳೆಗಾರರು ತನ್ನ ಸದಸ್ಯತನದ ನೋಂದಾವಣೆಗೊಳಿಸಲಿಲ್ಲ ಎಂದು ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ 35.3% ರೈತರು ಮಾಸ್‌ನ ಸದಸ್ಯತ್ವವನ್ನು ಪಡೆಯಲಿಲ್ಲ ಎಂದು ಉತ್ತರಿಸಿದ್ದು, ಅದರಲ್ಲಿ 76.5% ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾಸ್‌ನ ಬಗ್ಗೆ ತಮಗೆ ಅರಿವೇ ಇಲ್ಲ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟರೆ, 23.5% ಬೆಳೆಗಾರರು ಈ ಮೊದಲೇ ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊದ ಸದಸ್ಯರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾಸ್‌ನ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಚಾರ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅತೀ ಕಡಿಮೆಯಿದ್ದು, ಇನ್ನಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ತನ್ನೆಡೆಗೆ ಆಕರ್ಷಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ 64.7% ಬೆಳೆಗಾರರು 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸದಸ್ಯತನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಒಂದು ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಸದಸ್ಯರಾದವರು ಆ ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸಬೇಕೆಂದಿಲ್ಲ. 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸದಸ್ಯರಾಗಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುವ ಸದಸ್ಯರ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ: 5.40

ಮಾಸ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುವ ಬೆಳೆಗಾರರು

ಕ್ರ.ಸಂ.	ವಿಷಯ	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡಾವಾರು)
1	ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದೇವೆ	102	52.6 %
2	ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿಲ್ಲ	92	47.4 %
ಒಟ್ಟು		**194**	**100.0 %**

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು 2009–10.

ಮೇಲ್ಕಾಣಿಸಿದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸದಸ್ಯತ್ವವನ್ನು ಪಡೆದ ಒಟ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ 52.6% ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾಸ್‌ನೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ವ್ಯಾಪಾರದ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದು, 47.4% ಬೆಳೆಗಾರರು ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸದಸ್ಯರಾಗಿದ್ದರೂ ಕೂಡ ಯಾವುದೇ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿಲ್ಲ ಎಂದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ವಿವಿಧ ಕಾರಣಗಳಿಂದಾಗಿ ಈ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ವಿಕ್ರಯಿಸಿಕೊಳ್ಳದೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಥವಾ ಸ್ಥಳೀಯ ವರ್ತಕರನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಸದಸ್ಯರು ತಮ್ಮ ಸರಕನ್ನು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡದೆ ಇರುವುದಕ್ಕೆ ಮುಂದಿನ ಅಂಶಗಳು ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

ಬೆಳೆಗಾರರು ನೀಡಿದ ಕಾರಣಗಳ ಪ್ರಕಾರ 40% ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಾಗಾಟದ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಒತ್ತು ನೀಡಿದ್ದು, ತಮ್ಮ ಪ್ರದೇಶದಿಂದ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರ (Purchasing Unit) ಗಳಿಗೆ, ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಾಗಾಟ ಮಾಡಲು ತೊಂದರೆಯಿರುವುದರಿಂದ ಮಾಸ್‌ನೊಂದಿಗೆ ತಟಸ್ಥರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಎನ್ನಲಾಗಿದ್ದು, 30% ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅವುಗಳ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಕೊರತೆಯಿದ್ದು, ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಪರಸ್ಪರ ಸಂಬಂಧದ ಕೊರತೆಯಿದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಇನ್ನಿತರ 30% ಬೆಳೆಗಾರರ ಪ್ರಕಾರ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ವಾರದ ಎಲ್ಲಾ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಖರೀದಿ ಮಾಡುತ್ತಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಇವುಗಳು ಖರೀದಿ ಮಾಡುವ ದಿನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಅರಿವಿಲ್ಲ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.

'Chi-square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ, ಇಲ್ಲಿ ರೈತರು ನೀಡಿದ ಕಾರಣಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವುದು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಗಳಿಸದಿರುವುದು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ (Y^2=2.000; P<1. 157 NS d.f.=2) ಇಲ್ಲಿ 'P' ಚಲಕದ ಮೌಲ್ಯ 0.157 ಆಗಿದ್ದು, ರೈತರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ಯಾವ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಹೊಂದದೆ ಇರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಸಾರಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಿದ್ದು, ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ತೀರಾ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿರುವ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸ್ಥಳೀಯ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರಿಗೆ, ಸರಕನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಆದುದರಿಂದ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕೆಲವು ಸದಸ್ಯರು, ತೀರಾ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿರುವುದರಿಂದ ಸಾಗಾಟದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಂದಾಗಿ ತಮ್ಮ ಸರಕನ್ನು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡದಿರುವುದು

ಈ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಿಂದ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಇನ್ನೊಂದು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾದ ಸಮಸ್ಯೆಯೆಂದರೆ ಅಡಿಕೆ ಖರೀದಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಮತ್ತು ಪ್ರಚಾರದ ಕೊರತೆ ಮಾಸ್‌ನ ಸಹ ಘಟಕಗಳು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಎಲ್ಲಾ ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಕೆಲವು ಖರೀದಿ ಘಟಕಗಳಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಸ್ಥಳವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಅವುಗಳು ಯಾವುದೇ ಇತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಸೇರಿರುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ರೈತರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು 'ಗುರುತಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ' ಸಮಸ್ಯೆ ಎದುರಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಅದರದೇ ಆದ ಛಾಪು (Image) ನಿರ್ಮಾಣವಾದರೆ, ರೈತರು ನೇರವಾಗಿ ಆ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ತಮ್ಮ ಸಂದೇಹಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕೆಲವೊಂದು ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳು ವಾರದ ಕೆಲವು ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಈಗಾಗಲೇ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಕೊಂಡಂತೆ, ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ಅಂದರೆ 80% ರೈತರು ತಮ್ಮ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಆಗಾಗ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ, ವಾರದ ಎಲ್ಲಾ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ಘಟಕ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಪ್ರದೇಶದ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಎಲ್ಲಾ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಸಿಗುವುದಿಲ್ಲ. ಆದುದರಿಂದ ಸದಸ್ಯ ಬೆಳೆಗಾರರು ವಾರದ ಎಲ್ಲಾ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಖಾಯಂ ಆಗಿ ಸಿಗುವಂತಹ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆ ತನ್ನ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಚಾರ (Propaganda), ನೀಡಿ ಸ್ವತಂತ್ರವಾದ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು (Independent Purchasing Unit) ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿ, ವಾರದ ಎಲ್ಲಾ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ರೈತರಿಗೆ ಲಭಿಸುವಂತೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಇದರಿಂದ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಬಹುಸಂಖ್ಯೆಯ ಸದಸ್ಯರು ಸ್ಪಂದಿಸಬಹುದೆಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಈ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಿಂದ ಹೊರಬಂದಿದೆ.

ಮೇಲ್ಕಾಣಿಸಿದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಂತೆ, 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಘಟಕಗಳು ವ್ಯಾಪಕ ಪ್ರಚಾರದಲ್ಲಿ ಇರದೆ ಇರುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಸಾಮಾನ್ಯ ಜನರು ಗುರುತಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗದಷ್ಟು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಯಲ್ಲಿರುವುದರಿಂದ ಇಂದು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಸ್ಪಂದಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಇದಲ್ಲದೆ ಶೇಕಡಾ 55 ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ವಾಸ್ತವ್ಯದ ಸಮೀಪದಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸದೆ ಇರುವುದು ಮುಖ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಿದೆ ಎಂದಿದ್ದರೆ, 45% ಬೆಳೆಗಾರರ ವಾಸ್ತವ್ಯದ ಸಮೀಪದಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ ಎಂದು

ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆ ತನ್ನ ಇತರ ಶಾಖೆಗಳನ್ನು ರೈತರಿಗೆ ಅನುಕೂಲಕರವಾಗುವಂತೆ ವಿಸ್ತರಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ ಎಂದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

5.32. 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ಇದರ ಸದಸ್ಯರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು :

ಈಗಾಗಲೇ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಕೊಂಡಂತೆ 64.7% ಮಾಹಿತಿದಾರರು 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸದಸ್ಯತನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದು, ಇವರಲ್ಲಿ 52.6% ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾತ್ರ 'ಮಾಸ್'ನೊಂದಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರಿಗೆ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದಿಗೆ ತೃಪ್ತಿಯಿಲ್ಲದಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದ್ದು, 63.3% ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದು, 36.7% ಬೆಳೆಗಾರರು ತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

'Chi-square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ((χ^2 =21.3; P<0.0001 HS d.f.=2) ಅಧಿಕ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಮಾಸ್‌ನ ಸದಸ್ಯರು ಅತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದು, ಇದರಿಂದಾಗಿ ಈ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾಸ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳದಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

5.33. ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಲೋಪದೋಷಗಳು:

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿದ್ದು, ಕೆಲವೊಂದು ಲೋಪದೋಷಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ ಸದಸ್ಯ ಬೆಳೆಗಾರರು, ಕೆಲವೊಂದು ಲೋಪದೋಷಗಳು ಈ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿರುವುದೇ ತಮ್ಮ ಅತೃಪ್ತಿಗೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸದಸ್ಯರಲ್ಲದ ಬೆಳೆಗಾರರೂ ಕೂಡ ಕೆಲವೊಂದು ಲೋಪದೋಷಗಳನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಲಭಿಸಿರುವ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ 43.3% ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ತನ್ನ ಬಗ್ಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಚಾರ (Propaganda) ಕೊಡದಿರುವುದೇ ಮುಖ್ಯ ಲೋಪದೋಷ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. 36.7% ಬೆಳೆಗಾರರೊಂದಿಗೆ, ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳದಿರುವುದರಿಂದ ಸದಸ್ಯರು ಇದರೊಂದಿಗೆ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ವಾಣಿಜ್ಯ ಸಂಬಂಧ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. ಕೆಲವೊಂದು ಘಟಕಗಳಲ್ಲಿ ಅನುಭವದ

ಕೊರತೆ ಹೊಂದಿದೆ. ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳ ಕೊರತೆಯಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಅನುಭವಿ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳು ಘಟಕಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಿದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಸದಸ್ಯರೊಂದಿಗೆ ಬಹಳ ನಿಕಟವಾದ ಮತ್ತು ಮಾನವೀಯ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯದೊಂದಿಗೆ ಶೇಕಡಾ 9.3 ರಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳಲ್ಲಿ ಅನುಭವದ ಕೊರತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ತಮ್ಮ ಅಸಮಾಧಾನವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

ಅನುಭವ ಕೊರತೆಯಿಂದ ಕೆಲವೊಂದು ಘಟಕಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಂತಹ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳು ಅಡಿಕೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಬಗ್ಗೆ ಸಮಾಧಾನವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬ ಹಿನ್ನಲೆಯಲ್ಲಿ 6.7% ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಸಮಾಧಾನ ಪಟ್ಟಿರುವುದು, ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಒಂದು ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಲೋಪದೋಷವೆಂದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಕೊನೆಯದಾಗಿ 4% ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ವಿಧಾನದ ಬಗ್ಗೆ ಅಸಮಾಧಾನವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಕತ್ತರಿಸುವ, ಗುಣಮಟ್ಟ ಪರೀಕ್ಷಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳು ಇಲ್ಲಿನ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳಿಂದ ಸರಿಯಾಗಿ ಪಾಲಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಮೂಲಕ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ.

'Chi-square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಬಳಸಿದಾಗ ರೈತರಿಂದ ಹೊರಹೊಮ್ಮಿದ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾದ ಅಂಶ ಹೊರಬಂದಿರುವುದು ಈ ಇಲ್ಲಿ ತಿಳಿಯುತ್ತದೆ. ((χ^2 =205.46 $P<0.0001$ H.S d.f.=4). ಇಲ್ಲಿನ ಫಲಿತದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲವೊಂದು ಲೋಪದೋಷಗಳಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಅಸಮಾಧಾನವನ್ನು ತಂದಿದೆ. ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ತನ್ನ ಬಗ್ಗೆ ಉತ್ತಮ ಪ್ರಚಾರ ನೀಡಿ ಅನುಭವಿ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ತರಬೇತಿ ನೀಡಿದ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳನ್ನು ತನ್ನ ಘಟಕಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರೆ ಮಾಸ್ ಒಂದು ಬೃಹತ್ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೊರಹೊಮ್ಮಲು ಸಾಧ್ಯ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ.

5.34. ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿನ ಉತ್ತಮ ಗುಣಗಳು :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ವಿದ್ಯಾವಂತರಾಗಿದ್ದು, ವಿವೇಕಿಗಳಾಗಿ, ಒಂದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಧನಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಋಣಾತ್ಮಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ತೌಲನಿಕವಾಗಿ ಅರಿತುಕೊಳ್ಳುವ

ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಉಳ್ಳವರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಉತ್ತಮ ಗುಣಗಳನ್ನು ಕೆಲವು ಕೃಷಿಕರು ಮನಗಂಡಿದ್ದು, ಮುಂದೆ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 5.41

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಉತ್ತಮ ಗುಣಗಳು

ಕ್ರಸಂ.	ವಿವರಗಳು	ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡ)
1	ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಇಲ್ಲ	52	17.3 %
2	ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿ	35	11.7 %
3	ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ	15	5.0 %
4	ಗೊತ್ತಿಲ್ಲ	198	66.0 %
ಒಟ್ಟು		**300**	**100.0 %**

(χ^2 =278.1 P<0.0001 H.S d.f.=3)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ-ಅಂಶಗಳು, 2009-10.

ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ 17.3% ಬೆಳೆಗಾರರು ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯಸ್ಥಗಾರರು ಇಲ್ಲದಿರುವ ಅಂಶವನ್ನು ಪ್ರಚುರಪಡಿಸಿದ್ದು, 11.7% ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಶೀಘ್ರವಾಗಿ ಹಣದ ಪಾವತಿಯಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. 5% ರೈತರು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆಗೆ ಬೆಲೆ ನೀಡಿದ್ದು, ಬಹಳ ವಿಶೇಷವಾದ ಅಂಶವೇನೆಂದರೆ 66% ಬೆಳೆಗಾರರು ಯಾವುದೇ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡದೆ ಈ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ತಟಸ್ಥ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದ ಈ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು 'Chi-square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಿದಾಗ, (χ^2 =278.1 P<0.0001 H.S d.f.=3) ಬಹಳ ಅರ್ಥಗರ್ಭಿತವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯು (High Significant) ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಲಭಿಸಿರುವ ಚಲಕದ ಮೌಲ್ಯ P<0.0001, ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ರೈತರು ಮಾಸ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಕಡಿಮೆ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದರಿಂದ ಮಾಸ್‌ನ ಉತ್ತಮ ಗುಣಗಳನ್ನು ಮಥನ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ವಿಫಲರಾಗಿದ್ದಾರೆ

ಮತ್ತು ಈ ಕಾರಣದಿಂದ ಬಹುತೇಕ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾಸ್‌ನ ಧನಾತ್ಮಕ ಅಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಟಸ್ಥ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ.

5.35. ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಲಹೆಗಳು :

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿಕೊಂಡು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಕೆಲವೊಂದು ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅರ್ಥೈಸಿದ ಪ್ರಕಾರ ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ನೀಡಿದ್ದು, ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 5.42

ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಲಹೆಗಳು

ಕ್ರಸಂ.	ವಿವರಗಳು	ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ	% (ಶೇಕಡ)
1	ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಚಾರ ಹೆಚ್ಚಾಗಬೇಕು	69	23.0 %
2	ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳಲ್ಲಿ ಆತ್ಮೀಯ ಮನೋಭಾವ ಬೇಕು	20	6.7 %
3	ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ	16	5.3 %
4	ಪಾಲು ಮುನಾಫೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ	14	4.7 %
5	ಪಾಲು ಬಂಡವಾಳದ ಶುಲ್ಕ ಕಡಿಮೆಯಾಗಬೇಕು	25	8.3 %
6	ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಬೇಕು	20	6.7 %
7	ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ ನೀಡಬೇಕು	66	22.0 %
8	ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಬಲಪಡಿಸಬೇಕು	70	23.3 %
ಒಟ್ಟು		300	100.0 %

(χ^2 =89.52 P<0.0001., H.S , d.f.=7)

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ-ಅಂಶಗಳು, 2009-10.

ಕೃಷಿಕರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ 23.3% ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ರೈತರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಬಲಪಡಿಸಬೇಕು ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದು, ಇನ್ನುಳಿದ 22% ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ (Down Payment) ನೀಡಬೇಕು ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. ಪಾಲು ಬಂಡವಾಳದ (Share price) ದರವನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಲು 8.3% ರೈತರು ಸೂಚಿಸಿದ್ದರೆ 6.7% ರೈತರು, ಮಾಸ್‌ನ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಮಾಸ್ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳಲ್ಲಿ ನಗುಮುಖದ ಮತ್ತು ಆತ್ಮೀಯ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಬಯಸಿದ್ದು, 5.3% ರೈತರು, ಅಡಿಕೆಗೆ ಉಳಿದ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರಿಗಿಂತ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ನಿಗದಿಪಡಿಸಬೇಕೆಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. 4.7% ರೈತರು ಪಾಲು ಬಂಡವಾಳಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಡಿವಿಡೆಂಡ್ (Dividend) ನೀಡಬೇಕೆಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಇನ್ನೂ ಪ್ರಚಾರ ನೀಡಬೇಕೆಂದು 23% ರೈತರು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ.

ರೈತರು ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು **'Chi-square'** ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಿದಾಗ, (χ^2=89.52 P<0.0001 ,H.S d.f.=7) ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಮಾಸ್‌ನ ಬಗ್ಗೆ ಆಶಾವಾದವಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಬಹುತೇಕ ರೈತರು 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಶಾಖೆಗಳನ್ನು ಇನ್ನೂ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಪ್ರಚಾರ ನೀಡಬೇಕೆಂದು ಸಲಹೆಯನ್ನು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಆರ್ಥಿಕ ನೀತಿಯ ಮೇಲಿನ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಪಾಲು ಬಂಡವಾಳದ (Share) ದರ ಕಡಿಮೆಯಾಗಬೇಕು ಮತ್ತು ಪಾಲು ಮುನಾಫೆ (Dividend) ದರವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬೇಕು. ಇದರಿಂದ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಸಿಗುವ ಲಾಭಾಂಶದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಲು ಸಾಧ್ಯ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ. ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸದಸ್ಯರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಮತ್ತು ಸದಸ್ಯರಿಂದ ಅಡಿಕೆಯ ಪೂರೈಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ (Down Payment) ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಆಗ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆ ಉಳಿದ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿ ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮುಂದುವರಿಯಬಹುದು ಎಂಬ ಅಂಶ ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಸ್ ಸಹಕಾರಿ ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲು ಉತ್ತಮ ಭವಿಷ್ಯವಿದೆ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ.

5.36. ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ

ಈಗಾಗಲೇ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದ ಅಧ್ಯಾಯಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಭಾಗವಹಿಸದಿದ್ದರೂ, ಸಹಕಾರಿ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಆಶಾವಾದ (Optimism) ವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಜನರಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿನ ಕೆಲವು ನ್ಯೂನತೆಗಳಿಂದಾಗಿ ರೈತರುಗಳ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣ ಬಹಳ ವಿರಳ. ಆದರೆ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಸುಧಾರಣೆಯಾದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ ಎಂದು ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

ಅಧ್ಯಯನದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ 73.3% ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಹೊಂದಿದ್ದರೆ, ಅತೀ ಕಡಿಮೆ 11.7% ರೈತರು ತಮ್ಮ ಅಸಮ್ಮತಿಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದು, 15% ಬೆಳೆಗಾರರು ತಟಸ್ಥ ಮನೋಭಾವನೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

'Chi-square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಪ್ರಕಾರ (χ^2=216.5 P<0.0001 H.S d.f.=2) ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ವ್ಯತ್ಯಾಸ (Significant Difference) ಇದ್ದು, P ಚಲಕದ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದಾಗ, ರೈತರು ಗರಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಮನೋಭಾವನೆಯನ್ನು ವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಿ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡು, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಶೋಷಣೆಯಿಂದ ಹೊರಬಂದು ತಮ್ಮ ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ ಎಂದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಧನಾತ್ಮಕವಾದ ಸುಧಾರಣೆಗಳು ಆದಲ್ಲಿ, ಖಂಡಿತವಾಗಿ ರೈತರ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿ ಜೀವನಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಉನ್ನತಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ರೈತರು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ವಾಸ್ತವ್ಯವಿರುವುದರಿಂದ ಅವರ ಜೀವನಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಗೊಂಡಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಎಡೆಮಾಡಿ ಕೊಡುತ್ತದೆ.

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ದೃಷ್ಟಿಹಾಯಿಸಿದಾಗ 55.7% ರೈತರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ನೀಡಿದರೆ 44.3% ರೈತರು ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಒತ್ತು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ.

ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಗಳಿಸಿದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ರೈತರು ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಸಮಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ತುಲನೆ ಮಾಡಿರುವುದು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. 'Chi-square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ (No Significance) ಇಲ್ಲದಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ವಿಷಯ. ((χ^2=3.853, P=0.053., N.S, d.f.=1) ಇಲ್ಲಿ ಚಲಕ P=0.053 ಆದುದರಿಂದ, ಬೆಳೆಗಾರರು ಎರಡೂ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಕಡಿಮೆ ಸಮಾನಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ನೀಡಿದಂತೆ ಕಾಣುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಅಭಾವ, ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ದೊರಕುವಿಕೆ, ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿರುವ ಕೃಷಿ ಕೂಲಿ, ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಕಾರ್ಮಿಕರ ದಕ್ಷತೆ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿಂದ ಬೆಳೆಗಾರರು ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿಯೂ ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿದಂತೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬ ಅಂಶ ಇಲ್ಲಿ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಲ್ಲಿ, ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ (Middlemen) ಪಾತ್ರ ಅತೀ ಹಿರಿದಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಸಮರ್ಥ ವಿಷವರ್ತುಲದಿಂದಾಗಿ ಇಂದು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ಭಾಗ, ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಕೈ ಸೇರುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಕೈಗೊಂಡ ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ನೀಡಿದ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ 54.3% ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಬಲಪಡಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಬಹುದು ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಉತ್ಪಾದಕರಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಿ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಕಡಿತಗೊಳಿಸಬಹುದು ಎಂದು 45.7% ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. 'Chi-square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದೊಳಗೆ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ

(No Significant) ಕಂಡು ಬಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ((χ^2=2.25, P=0.133, N.S ,d.f.=1) ಬೆಳೆಗಾರರು ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅಭಿಪ್ರಾಯಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತನ್ನು ಕೊಡದೆ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ವಿಷವರ್ತುಲವನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಲು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ದಕ್ಷ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರಲ್ಲಿ ಸಮಗ್ರ ಜಾಗೃತಿ ಈ ಎರಡೂ ಅಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಮಾನ ಆದ್ಯತೆಯನ್ನು ನೀಡಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ.

5.37. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು :

ಈಗಾಗಲೇ ಗಳಿಸಿದ ಅಧ್ಯಯನದ ಫಲಿತಗಳಿಂದ 85% ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಸದಸ್ಯರಾಗಿದ್ದರೂ ಲಾಭಾಂಶದ ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲತೆಯ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರುಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುವುದು ಅಧ್ಯಯನದ ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶವಾಗಿದೆ.

ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ, 20.7% ರೈತರು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ನ್ಯಾಯ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಅಡಿಕೆಗೆ ಕೊಟ್ಟು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸೇವೆ ನೀಡುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟರೆ 79.3% ರೈತರು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರಿಂದ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸೇವೆ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯ ಬೆಲೆ ಸಿಗುತ್ತಿಲ್ಲ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ.

'Chi-square' ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳೊಳಗೆ ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾದ ಅಂತರವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ((χ^2 =103.25, P<0.0001 , H.S, d.f.=1). ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ನೀಡುವ ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದು, ಖಾಸಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಅಡಿಕೆಗೆ ನ್ಯಾಯ ಬೆಲೆ ಲಭಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಹೊಂದಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ವಿರೋಧಾಭಾಸವೇನೆಂದರೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ತಿಳಿದುಕೊಂಡಿದ್ದರೂ ತಮ್ಮ ಸರಕನ್ನು ಇಂತಹ ಖಾಸಗಿ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಸಾರ್ವತ್ರಿಕವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿದೆ.

5.37.1. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು :

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೃಹತ್ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿದ್ದರೂ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ತಕ್ಷಣದ ಆದ್ಯತೆಯಲ್ಲಿ ಕಾಣಸಿಗುವುದು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು. ಈ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರನ್ನು ಒಬ್ಬ ಬೆಳೆಗಾರ ತನ್ನ ಆದ್ಯತೆಯಲ್ಲಿ ಒಳಪಡಿಸಬೇಕಾದರೆ ಅವರಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ವಿಶೇಷ ಗುಣಗಳು ಇರಲೇಬೇಕು. ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರನ್ನು ಆದ್ಯತೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಲು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಿರುವ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಬೆಳೆಗಾರರು ನೀಡಿರುವ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರ ಆದ್ಯತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಿ 'Mean Value' ಮತ್ತು 'Standard Deviation' ಮೂಲಕ ಕೋಷ್ಟಕ ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 5.43

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ ಮೇಲಿನ ಆದ್ಯತೆಗಳು

ಕ್ರಸಂ.	ಆದ್ಯತೆಗೆ ಕಾರಣಗಳು	Mean Value	S.D.	Percentage Mean
1	ಎಲ್ಲಾ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಸಮಯಗಳಲ್ಲಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ದೊರಕುತ್ತಾರೆ	5.2	0.60	86.8
2	ಸುಲಭವಾದ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ	5.2	0.65	86.8
3	ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿ ಸೌಲಭ್ಯ	3.9	2.01	65.4
4	ಸಹಕಾರಿಗಳಿಗಿಂತ ಅಧಿಕ ಧಾರಣೆ	3.6	1.87	60.6
5	ಸಹಕಾರಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು	2.0	1.07	34.0
6	ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ	1.3	0.68	21.1

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿದಂತೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಆದ್ಯತೆಯನ್ನು (Weightage) (86.8) ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಎಲ್ಲಾ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ, ಎಲ್ಲಾ ಸಮಯಗಳಲ್ಲಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ದೊರಕುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರೊಂದಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಬಹಳ ಸುಲಭ ಎನ್ನುವ ವಿಷಯ (Component) ಗಳಿಗೆ ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಅಂಶಗಳ Standard

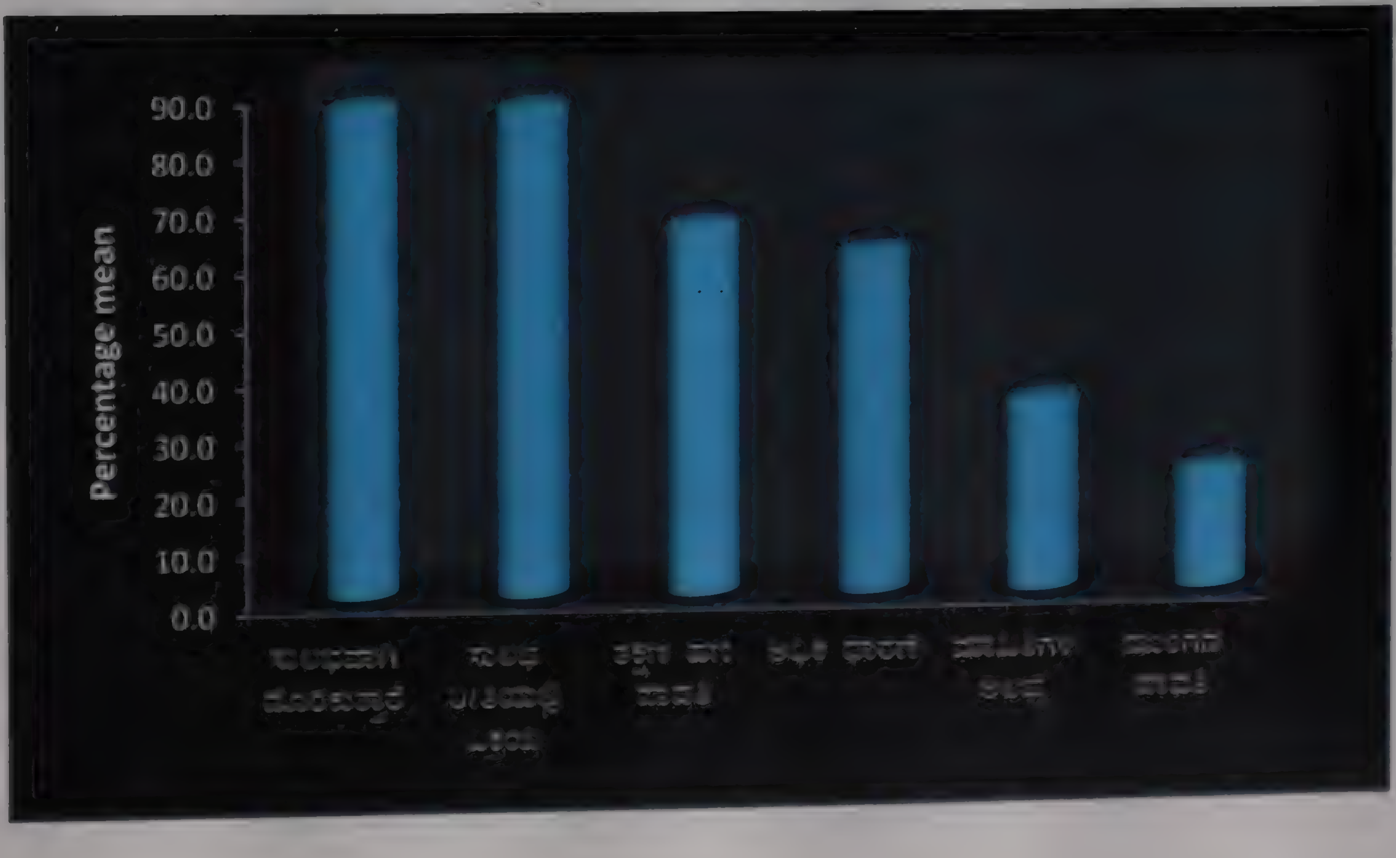
Deviation ಮೌಲ್ಯ 0.60 ಮತ್ತು 0.65 ಆಗಿದ್ದು, ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳೊಳಗೆ ಬಹಳ ಬಿರುಸಾದ ಹೊಂದಿಕೆ (Strong consistency) ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ.

ಉಳಿದಂತೆ ತಕ್ಷಣ ಹಣ ಪಾವತಿಯು ಬಗ್ಗೆ 65.4% ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಿದ್ದು, SD, 2.01 ಆಗಿರುತ್ತದೆ. 60.61% ಆದ್ಯತೆಯನ್ನು ಸಹಕಾರಿಗಿಂತ ಅಧಿಕ ಬೆಲೆ ಖಾಸಗಿಯವರು ನೀಡುತ್ತಾರೆ ಎಂಬ ಅಂಶಕ್ಕೆ ನೀಡಿದ್ದು, 34% ಆದ್ಯತೆಯನ್ನು ಸಹಕಾರಿಯ ಪ್ರಚಾರದ ಕೊರತೆ ಎಂಬ ಅಂಶಕ್ಕೆ ಕೊಡಲಾಗಿದ್ದು, ಖಾಸಗಿಯವರಿಂದ ಮುಂಗಡ ಹಣ ಪಾವತಿಯಾಗಲ್ಪಡುತ್ತದೆ ಎಂಬ ವಿಷಯಕ್ಕೆ 21.1% ಆದ್ಯತೆಯನ್ನು ನೀಡಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಎಲ್ಲಾ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಎಲ್ಲಾ ಸಮಯಗಳಲ್ಲಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ದೊರಕುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ವಿಕ್ರಯಗೊಳಿಸಲು ಬಹಳ ಸುಲಭವಾದ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಸುವುದರೊಂದಿಗೆ ತಕ್ಷಣ ಹಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವ ಕಾರಣ ರೈತರು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಖಾಸಗಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಇಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ–5.11

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ ಮೇಲಿನ ಆದ್ಯತೆಗಳು



5.38. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಿರುವ ಆದ್ಯತೆಗಳು:

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಮಿಶ್ರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದು, ಲಾಭದಾಯಕತೆಯ ದೃಷ್ಟಿಯ ಮೇಲೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೂ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರಿಗೂ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ನೀಡಿರುವ ಆದ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಕ್ರೋಡಿಕರಿಸಿ 'Mean Value' ಮತ್ತು Standard Deviation ಮೂಲಕ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ಲಭಿಸಿದ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ಕ್ರೋಡೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.44

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮೇಲಿನ ಆದ್ಯತೆಗಳು

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಆದ್ಯತೆಗೆ ಕಾರಣ	Mean Value	S.D.	Percentage Mean
1	ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಅವಕಾಶವಿಲ್ಲ	6.0	0.0	100
2	ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆಗಳಲ್ಲಿ ದೋಷಗಳಿಲ್ಲ	4.8	1.07	80.8
3	ಗೋದಾಮು ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ಲಭ್ಯತೆ ಇದೆ	3.6	1.05	59.8
4	ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆ ದೊರೆಯಲು ಅವಕಾಶವಿದೆ	3.0	1.56	50.2
5	ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಮೇಲಿನ ಅಭಿಮಾನ	1.1	0.59	17.9
6	ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಮತ್ತು ನೇರ ದೃಷ್ಟಿ	0.5	0.29	7.9

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಪ್ರಕಾರ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಲು ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಅವಕಾಶ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು ಎಂದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಈ ಅಂಶ (Component) ಗೆ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು

'Mean Value' ಇದ್ದು (6.0), Standard Deviation ಮೌಲ್ಯ ಅತೀ ಕನಿಷ್ಠ (0.0) ಆಗಿದ್ದು, ರೈತರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ನಿಖರತೆ ಇದೆ ಎಂದು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಆರಿಸಿಕೊಂಡ ಬೆಳೆಗಾರರು ಈ ಅಂಶಕ್ಕೆ 100% ಆದ್ಯತೆಯನ್ನು (Weight) ನೀಡಿರುವುದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಇನ್ನೊಂದು ಅಂಶವೆಂದರೆ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆಗಳಲ್ಲಿ ದೋಷವಿಲ್ಲದಿರುವುದು. ಸಮೀಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿನ ಮಾಹಿತಿದಾರರು 80.8% ಆದ್ಯತೆಯನ್ನು ಎರಡನೇ ಅಂಶಕ್ಕೆ ನೀಡಿದ್ದು, ಇಲ್ಲಿನ Standard Deviation ಮೌಲ್ಯ 1.07 ಆಗಿದ್ದು, ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ಸ್ವಲ್ಪ ಮಟ್ಟಿನ ಹೊಂದಿಕೆ ಕಂಡು ಬರುವುದಿಲ್ಲ. (Less consistent) ಅಂದರೆ ಈ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿದಾರರು ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಈ ಮೌಲ್ಯ (1.07) ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ಗೋದಾಮು ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ 59.8 ಆದ್ಯತೆ (Weight) ನೀಡಿದ್ದು, Standard Deviation ಮೌಲ್ಯ 1.05 ಆಗಿದೆ. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆ ದೊರೆಯಲು ಅವಕಾಶವಿದೆ ಎಂಬ ಅಂಶಕ್ಕೆ 50.2 ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಇನ್ನು ಕೆಲವು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಅಭಿಮಾನವಿದ್ದು, (17.9) ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿಯೇ ವಿಕ್ರಯಿಸಲು ಬಯಸಿದ್ದು, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಮತ್ತು ನೇರ ದೃಷ್ಟಿ (Honest and straight forward Stand Point) ಇರುವುದರಿಂದ (7.9) ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುವುದಾಗಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

ಈ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ತಿಳಿಯಪಡುವ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಅಂಶವೇನೆಂದರೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಯೋಜನ ಸೌಕರ್ಯ ಮತ್ತು ಸೌಲಭ್ಯ ಅನುಭವಿಸಲು ಅವಕಾಶವಿರುವುದರಿಂದ ಈ ಅವಕಾಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವಿರುವ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮೇಲಿನ ಅಭಿಮಾನದಿಂದ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶ. ಆದುದರಿಂದ ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಇನ್ನಷ್ಟು ಸುಧಾರಣೆಗಳಾಗಬೇಕು ಕೃಷಿಕರನ್ನು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಆಕರ್ಷಿಸಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಅಭಿಮಾನವನ್ನು ಮಾಡಿಸಿ ಸಹಕಾರಿ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಕ್ರಾಂತಿಯಾದಾಗ ಮತ್ತು ಉಳಿದ ಖಾಸಗಿ ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿದಾಗ ಇನ್ನಷ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಆದ್ಯತೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ ಎಂದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

5.39. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪಾತ್ರ:

ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಿದಂತೆ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದೆ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದ ಮೂಡಿ ಬಂದಿದೆ. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರು ತಮ್ಮ ಆದ್ಯತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ (ಪ್ರಶ್ನೆ ಸಂಖ್ಯೆ 54) ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದ್ದು, ಪ್ರಥಮ ಆದ್ಯತೆಗೆ 09 ಮತ್ತು ಕೊನೆಯ ಆದ್ಯತೆಗೆ 01 ಅಂಕವನ್ನು ನೀಡಿದ್ದು, ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ, 'Mean Value' ಮತ್ತು Standard Deviation ವಿಧಾನಗಳ ಮೂಲಕ ಈ ಕೆಳಗಿನಂತೆ ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ – 5.45

ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪಾತ್ರ

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕ್ರಮಗಳು	'Mean Value'	Standard Deviation	% Mean
1	ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರನ್ನು ತನ್ನ ಕಡೆಗೆ ಆಕರ್ಷಿಸಬೇಕು	5.6	2.80	62.0
2	ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಚಾರ ಮತ್ತು ಅರಿವು	4.9	2.48	54.0
3	ಅಡಿಕೆಗೆ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ	4.0	2.03	44.0
4	ಸುಲಭ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಲಭ್ಯತೆ	3.9	2.02	43.9
5	ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯ ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧನೆ	4.1	2.12	46.0
6	ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ	3.9	1.98	42.9
7	ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ	5.8	2.93	64.0
8	ರಫ್ತಿಗೆ ಉತ್ತೇಜನ	6.5	3.30	72.1
9	ಅಡಿಕೆಯ ನೇರ ಮಾರಾಟ	7.8	3.93	86.2

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿರುವ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅತೀ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದ್ಯತೆಯನ್ನು (86.2) ಅಡಿಕೆಯ ನೇರ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು

ಪ್ರಾರಂಭಿಸಬೇಕು ಎನ್ನುವ ಅಂಶಕ್ಕೆ ನೀಡಲಾಗಿದ್ದು, ದ್ವಿತೀಯ ಆದ್ಯತೆಯನ್ನು ಅಡಿಕೆ ರಫ್ತಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಉತ್ತೇಜನ ನೀಡಬೇಕು (72.1) ಎಂಬ ಅಂಶಕ್ಕೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ತದನಂತರದ ಆದ್ಯತಾ ಪಟ್ಟಿ ಪ್ರಕಾರ ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ (64.0), ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆಕರ್ಷಣೆ (62.0), ಅಡಿಕೆ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧನೆ ಅಡಿಕೆಗೆ ಉತ್ತಮ ಧಾರಣೆ (44.0) ಹಾಗೂ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಆದ್ಯತೆಯನ್ನು (42.9) ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಒದಗಿಸಬೇಕು ಎಂಬ ಅಂಶಕ್ಕೆ ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಈ ಅಂಶಕ್ಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ನೀಡಿದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಒಮ್ಮತ (More consistency) (S.D.1.98) ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ.

ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿಡಲು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಂದ ಸಾಧ್ಯ ಎಂದು ಮನಗಂಡು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆಯ ನೇರ ಮಾರಾಟ (Direct Marketing), ಅಡಿಕೆ ರಫ್ತು (Expart) ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ (Value addition) ಈ ಮೂರು ಮುಖ್ಯ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿ ಯಾವುದೇ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಒಮ್ಮತದ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಇಲ್ಲದೆ ಎಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಸರಾಸರಿ ಮೌಲ್ಯಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಇರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. (Value of Standard deviation is less than average) ಈ ಮೌಲ್ಯಗಳ ಪ್ರಕಾರ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಅರಿವಿಲ್ಲದಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮೇಲಿನ ವಿಷಯವನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಇಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವ ವಿಶೇಷವೇನೆಂದರೆ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಕೊರತೆಯಿದೆ. ಮುಂದಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತನ್ನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಬೇಕಾಗಿದೆ ಎಂಬ ವಿಷಯ ಇಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶ.

5.40. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು:

ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರು ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ತೀವ್ರವಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತವೆ. ಈ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಮಳೆಯ ಅತೀ ವೃಷ್ಟಿಯಿಂದಾಗ, ಕೊಯ್ಲಿನ ಮೊದಲು

(Pre-harvesting) ಮತ್ತು ಕೊಯ್ಲಿನ ನಂತರದ (Post-harvesting) ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ತೀವ್ರವಾಗಿ ಅನುಭವಿಸಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂಕಷ್ಟದಲ್ಲಿ ಸಿಲುಕಿಸಿವೆ. ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ವಿಚಾರಿಸಿದಾಗ ಗಳಿಸಿದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಆದ್ಯತೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಮೂಲಕ ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ–5.46

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು	'Mean Value'	Standard Deviation	% Mean
1	ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಏರಿಳಿತ	12.1	0.04	93.0
2	ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆ	11.8	1.03	90.5
3	ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಾವ	10.2	1.15	78.5
4	ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಾವಳಿ	9.4	2.74	72.2
5	ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು	8.1	4.11	62.5
6	ಪ್ರಸಕ್ತ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಕೊರತೆ	7.6	3.84	58.3
7	ಸಾಗಾಟದ ಸಮಸ್ಯೆ	5.9	3.02	45.7
8	ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆ	4.7	2.40	36.1
9	ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕೊರತೆ	5.1	2.60	39.3
10	ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ	5.4	2.75	41.5
11	ಸಾಲದ ಹೊರೆ	3.1	1.61	24.0
12	ರಸ್ತೆಯ ಕೊರತೆ	2.3	1.20	17.6
13	ಇತರ	1.25	1.25	18.4

ಸೂಚನೆ: ಇಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಿರುವ 'ಇತರ' ಎಂಬ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ನೈಸರ್ಗಿಕ ವಿಕೋಪ, ರಸಗೊಬ್ಬರ ಅಭಾವ, ಕೃಷಿ ಸಾಮಾಗ್ರಿಗಳ ಅಧಿಕ ಬೆಲೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಸೇರಿರುತ್ತದೆ.

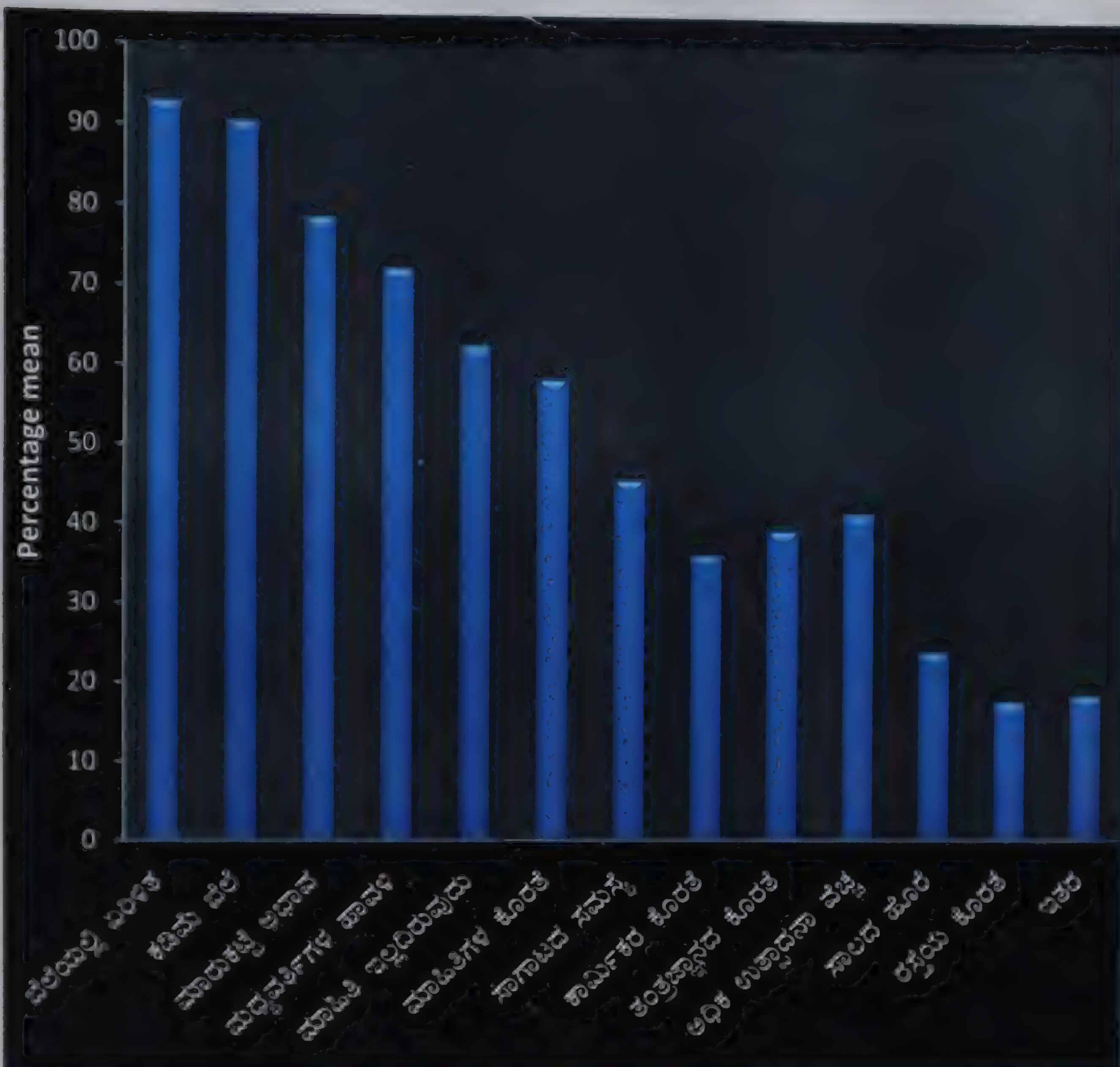
ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಏರಿಳಿತ (93.0) ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆ (ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆ) (90.5) ಈ ಎರಡು ಅಂಶಗಳು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿವೆ. ಇಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿದಾರರು ನೀಡಿದ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಒಮ್ಮತವಿದ್ದು, (More consistency) (S.D. 0.04 ಮತ್ತು S.D. 1.03) ಅತೀ ಕನಿಷ್ಠ ಆದ್ಯತೆಯನ್ನು ಇತರ (18.4) ಎಂಬ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಇತರ ಎಂಬ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ನೈಸರ್ಗಿಕ ವಿಕೋಪಗಳು, ರಸಗೊಬ್ಬರದ ಅಭಾವ, ಅತಿಯಾದ ಬೆಲೆ, ಅಡಿಕೆ ಮರಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ಫಸಲಿಗೆ ತಗಲುವ ರೋಗಗಳು ಮುಂತಾದುವು ಸೇರಿವೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಾವ (78.5), ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಾವಳಿ (72.2), ಮಾಹಿತಿಯ ಕೊರತೆ (62.5), ಸಾಗಾಟದ ಸಮಸ್ಯೆ (45.7), ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ (41.5), ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕೊರತೆ (39.3), ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆ (36.1), ಸಾಲದ ಹೊರೆ (24.0), ಮತ್ತು ರಸ್ತೆಯ ಕೊರತೆ (17.6) ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ತಮ್ಮ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದು ಆದ್ಯತೆಯ ಮೂಲಕ ಸೂಚಿಸಿರುವುದು ಈ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶ.

ಈ ಮೇಲಿನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸೂಕ್ಷ್ಮ (Micro) ಮತ್ತು ಸಮಗ್ರ (Macro) ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಏರಿಳಿತಗಳು (fluctuations) ಮತ್ತು ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಅಡಿಕೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆ ಬಹಳ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿವೆ. ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿದಾಗ, ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಬೆಳೆಗಾರನಿಗೆ ತನ್ನ ವರ್ತಮಾನ ಮತ್ತು ಭವಿಷ್ಯದ ಆದಾಯವನ್ನು ಅಂದಾಜಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪರ ಹೂಡಿಕೆ (Investment) ಮಾಡಲು ಸಹಾಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯಾಗಿ ಹೆಚ್ಚು ಕಡಿಮೆ ಸ್ಥಿರವಿರುವ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಲಭಿಸಿದಾಗ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರು ಆಶಾವಾದಿಗಳಾಗಿ ತೀರ್ಮಾನಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಂಡು ಕೃಷಿಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ ಎಂದು ಈ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ ಎಂಬುದು ಇಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ ಅಂಶ.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ-5.12

ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು



5.41. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ನೀಡಿರುವ ಸಲಹೆಗಳು:

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಕೆಲವೊಂದು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಾಯೋಗಿಕವಾಗಿ ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಸರಕಾರ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು ಒಟ್ಟು ಸೇರಿ ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಿದ್ದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಆಶಾವಾದಿ ಚಿಂತನೆಯನ್ನು ಮೂಡಿಸಬಹುದು. ಮಾಹಿತಿದಾರರು ನೀಡಿದ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಮೂಲಕ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.



ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ–5.47

ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಲಹೆಗಳು

ಕ್ರಸಂ.	ಸಲಹೆಗಳು	'Mean Value'	Standard Deviation	% Mean
1	ಬೆಲೆಯ ಏರಿಳಿತಗಳ ಮೇಲೆ ಹತೋಟಿ	4.4	1.21	74
2	ಸಹಕಾರಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ	3.2	1.63	52.7
3	ಉತ್ತಮ ಸೇವೆ ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲತೆ	2.4	1.24	39.7
4	ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಹೆಚ್ಚಳ	2.8	1.43	45.9
5	ಅಡಿಕೆ ಆಮದಿನ ಮೇಲೆ ಕಡಿವಾಣ	2.8	1.47	47.2
6	ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ	5.3	0.70	88.3

ಮೂಲ: ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶಗಳು, 2009–10.

ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟು ಸೇರಿಸಿ ಆದ್ಯತಾ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ರಚಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ (Value addition) ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದ್ಯತೆಯನ್ನು (88.3) ನೀಡಿರುವುದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರೊಳಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒಮ್ಮತವಿರುವುದು (S.D. 0.70) ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಏರಿಳಿತಗಳ ಹತೋಟಿ ಎಂಬ ಅಂಶಕ್ಕೆ ದ್ವಿತೀಯ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಲಾಗಿದ್ದು, (74.0) ಅಡಿಕೆ ಆಮದಿನ ಮೇಲೆ ಕಡಿವಾಣ ಎಂಬ ಅಂಶಕ್ಕೆ ತೃತೀಯ ಆದ್ಯತೆ (47.2) ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ಮಾಹಿತಿದಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿಸಬೇಕೆಂದು (45.9) ಬಯಸಿದ್ದು, ಕೊನೆಯದಾಗಿ ಈ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಸೇವೆ ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲತೆಗಳನ್ನು ನೀಡಬೇಕು (39.7) ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

ನಕ್ಷೆ ಸಂಖ್ಯೆ-5.13

ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಲಹೆಗಳು



ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಈ ಮಾಹಿತಿದಾರ ಆದ್ಯತೆಯಂತೆ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆಗೊಳಿಸಬೇಕು. ಡಾ। ಶಂಕರ್ ಭಟ್ ಬದನಾಜೆ ಇವರು ನೀಡಿದ ಸಲಹೆಯಂತೆ (ಸುಗಂಧ ಫಲ ಅಡಿಕೆ 2008) ಅಡಿಕೆಯಿಂದ ಲಘು ಪಾನೀಯ, ವೈನ್ ಹಾಗೂ ಔಷಧೀಯ ಮೌಲ್ಯವಿರುವಂತಹ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸಿದಾಗ, ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆಯಾಗಿ ವಿದೇಶಗಳಿಗೆ ರಫ್ತಿನ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು. ಅದೇ ರೀತಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಬೇಕು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸರಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳು, ಅಡಿಕೆ ಸಂಶೋಧನಾ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಂಶೋಧಕರೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ತಜ್ಞರುಗಳೊಂದಿಗೆ ಸೇರಿಕೊಂಡು ಈ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನು ತರಬೇಕಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಪ್ರಯತ್ನಗಳಾದಾಗ, ಅಡಿಕೆಗೆ ಬೇಡಿಕೆಯು ದೇಶೀಯ ಮತ್ತು ಅಂತರ್ದೇಶೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಊರ್ಜಿತಗೊಂಡು ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ ಮತ್ತು ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಂಡು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ಮತ್ತು ಉತ್ಸಾಹ ನಿರ್ಮಾಣ ಆಗಬಹುದು ಎಂದು ಈ ಸಂಶೋಧನೆಯಿಂದ ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶವಾಗಿ ಹೊರಬಂದಿದೆ.



ಅಧ್ಯಾಯ 6

ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳು

ಅಧ್ಯಾಯ 6

ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳು

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿದ್ದರೂ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರು ಇಂದು ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿನ ನೋವನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇಂತಹ ಬೆಳೆಗಾರರ, ಉತ್ಪಾದಕರ ನೋವು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಮುಳ್ಳಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸುವುದಲ್ಲದೆ, ಉತ್ಪಾದಕನ ದಕ್ಷತೆ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ, ತಲಾ ಆದಾಯ, ಹೂಡಿಕೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳ ಮೇಲೆ ಋಣಾತ್ಮಕ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಬೀರುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧನಗಳ ಕೊರತೆ, ಅನಕ್ಷರತೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಅಭಾವ, ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಗಳ ಪ್ರಭಾವ, ಗೋದಾಮುಗಳ ಕೊರತೆ, ದಲ್ಲಾಳಿ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ ಕೈವಾಡ, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಕೊರತೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿಂದ ಇಂದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ನ್ಯೂನತೆಗಳು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

6.1. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು :

1. ಮಧ್ಯವರ್ತಿ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ ಹಾವಳಿಯಿಂದ ಬಹುಪ್ರಮಾಣದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಗೆ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಸಾಲದ ಹೊರೆ, ಸೂಕ್ತ ಸಲಹೆಗಳ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಅಲಭ್ಯತೆಯಿಂದಾಗಿ, ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಒತ್ತಾಯಕ್ಕೆ ಮಣಿದು, ಬೆಳೆಗಾರರು ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಗೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.
2. ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರ ಮತ್ತು ಸಂಘಟನೆಯ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಇಂದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಬೆಳೆಗಾರರು ಬವಣೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಜ್ಞಾನದ ಕೊರತೆಯಿಂದ ಇಂದು ಈ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಂಘಟನೆಯಾಗಲಿಲ್ಲ. ಇದರ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ.
3. ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಕೈವಾಡದಿಂದಾಗಿ ಬಹುತೇಕ ಶೇಕಡಾ ಬೆಲೆಯ ಭಾಗ ಈ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಕೈ ಸೇರಿ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಕೇವಲ "ಅಂಚಿನ ಬೆಲೆ" (Marginal Price) ಮಾತ್ರ ದೊರೆಯುತ್ತದೆ. ಈ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳು, ಉತ್ಪಾದಕರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಒಂದು ಸವಾಲಾಗಿದ್ದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಟ್ಟದ ಅನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಇವರ ಪಾಲು ಅಧಿಕವಾಗಿದೆ.

4. ಸಾರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಂಪರ್ಕದ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಕ್ಲಪ್ತ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಸ್ಥಳಕ್ಕೆ ಸಾಗಿಸಲು ಅಡಚಣೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಅನೇಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತವಾಗಿದ್ದುದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದಕ್ಷತೆ ನಿಧಾನವಾಗಿ ಏರುತ್ತಿದೆ.
5. ಮಾಹಿತಿಗಳ ಕೊರತೆ: ಯಾವುದೇ ಉತ್ಪಾದನೆಕಾರ ಸರಿಯಾದ ಮಾಹಿತಿ ಇಲ್ಲದೆ ಲಾಭಗಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನಾ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಬಹುದೂರದಲ್ಲಿ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿದ್ದು, ಉತ್ಪಾದನೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕ ಜನರು ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಗಳು ಕ್ಷಿಪ್ರವಾಗಿ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಅನೇಕ ಕಾರಣಗಳಿಂದ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ರೈತರಿಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದುದರಿಂದ ಈ ಜ್ಞಾನದ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ನೈಜ ಮೌಲ್ಯ ಸಿಗುತ್ತಿಲ್ಲ.
6. ಗೋದಾಮುಗಳ ಅಲಭ್ಯತೆ: ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಶೇಖರಣೆ ಮಾಡಲು ಗೋದಾಮುಗಳ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಬಹಳ ವಿರಳವಾಗಿದೆ. ಹೂವು, ಹಣ್ಣು, ತರಕಾರಿಗಳು, ಸಮುದ್ರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆಗಳಿಸಬೇಕಾದರೆ ಗೋದಾಮುಗಳ ಲಭ್ಯತೆ ಅವಶ್ಯ.

6.2. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು :

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಶೋಷಣೆಯಿಂದ ತಪ್ಪಿಸಲು ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆಯ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಆಗುವಂತಹ ಆವರ್ತಗಳ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕನಿಷ್ಠಗೊಳಿಸಲು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೋಸ್ಕರವಾಗಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಂತಹ ಸಂಸ್ಥೆ 'ಮಾಸ್' ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 4,300 ಸದಸ್ಯರುಗಳಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ ತದನಂತರ ಸದಸ್ಯತ್ವದ ಪ್ರಮಾಣ ಬಹಳ ನಿಧಾನ ಗತಿಯಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಇದೀಗ ಪ್ರಸ್ತುತ 4,754 ಸದಸ್ಯರುಗಳನ್ನು 'ಮಾಸ್' ಹೊಂದಿದೆ.

'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸ್ಪಂದನೆ ಕಂಡುಬಂದರೂ, ನಂತರದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನಿರೀಕ್ಷೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಆರೋಗ್ಯಕರವಾದ ಸ್ಪಂದನೆ ಕಂಡುಬರಲಿಲ್ಲ. 'ಮಾಸ್' ಸಹಕಾರಿಗೆ ತನ್ನ ಸದಸ್ಯತ್ವದ ಬಲವನ್ನು

ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ನಿರೀಕ್ಷೆಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಏರಿಸಲು ಆಗಲಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಈಗಾಗಲೇ ಇರುವಂತಹ ಸದಸ್ಯರುಗಳಿಂದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಅಶಕ್ತವಾಗಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಬೆಳೆಗಾರರು ಇದರ ಅಧಿಕೃತವಾದ ಸದಸ್ಯರಾಗಿದ್ದರೂ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಈ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಕಡಿಮೆ ಒಲವು ತೋರಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ. ಸದಸ್ಯರುಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದರೂ, ಈ ಸದಸ್ಯರುಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನವರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ನೀಡದೆ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇದು 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಒಂದು ತೀವ್ರವಾದ ಹೊಡೆತವನ್ನು ಕೊಟ್ಟಿದೆ ಮತ್ತು ಅದರ ವಹಿವಾಟುವಿನ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕನಿಷ್ಠಗೊಳಿಸಿದೆ.

'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸದಸ್ಯರುಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಒಳಪಡಿಸಿದಾಗ, ಸಂಸ್ಥೆಯ ಉಪಘಟಕಗಳು ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತರಣೆಗೊಳ್ಳದಿರುವುದೇ ಸದಸ್ಯರ ಅಲ್ಪ ಸ್ಪಂದನೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಸ್ಪಂದನೆ ಕಂಡುಬಂದರೂ ಇತ್ತೀಚಿನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು 'ಮಾಸ್'ಗೆ ನೀಡದೆ ಇನ್ನುಳಿದ ವರ್ತಕರಿಗೆ ನೀಡುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡುಬಂದಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಈ ಸಹಕಾರಿಯು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸದಸ್ಯರುಗಳ ಸ್ಪಂದನೆಯ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಎದುರು ನೋಡುತ್ತಿದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಅಡಿಕೆಯ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರು ದೇಶದ ನಾನಾ ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಚದುರಿಕೊಂಡಿರುವುದರಿಂದ ಖಾಯಂ ಗಿರಾಕಿಗಳನ್ನು ಸ್ಥಿರತೆಯಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವುದು ಬಹಳ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸುತ್ತದೆ ಆದುದರಿಂದ 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಒಟ್ಟು ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ, ಅದರ ವೆಚ್ಚ ನಿರ್ವಹಣೆಯಲ್ಲಿ ಸದಸ್ಯರ ಸ್ಪಂದನೆಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ.

1. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ.
2. ತೆರಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಕ್ಷಿಪ್ರವಾದ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗುತ್ತಿರುತ್ತವೆ.
3. ಅಡಿಕೆಯ ಸಂಸ್ಕರಣೆಯಲ್ಲಿ, ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರಿಕೆಯಾಗುತ್ತಿವೆ.
4. ಗರಿಷ್ಠ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಧಾರಣೆ ಬರುವ ತನಕ ಸರಕನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಬಂಡವಾಳದ ಕೊರತೆ.
5. ಪಾನ್ ಮಸಾಲ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಹೊಗೆಸೊಪ್ಪಿನಿಂದ ಕೂಡಿದ ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೇಲೆ ಇರುವಂತಹ ವಿರೋಧ ಅಡಿಕೆಯ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಕುಗ್ಗಿಸುತ್ತಿದೆ.

6. 'ಮಾಸ್' ಒಂದು ಸಹಕಾರಿಯಾದರೂ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಅಧಿಕೃತ ಏಜೆಂಟರುಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧಿಕೃತ ಏಜೆಂಟರುಗಳು ಕೂಡ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅನಿರ್ದಿಷ್ಟತೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಇರುವುದರಿಂದ ಕೆಲವು ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಈ ಏಜೆಂಟರುಗಳು ಅಧಿಕ ಬೆಲೆಗೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿ, ಲಾಭಾಂಶವನ್ನು ತಾನೇ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಲಾಭಾಂಶದ ಕನಿಷ್ಠ ಭಾಗ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸಿಗುತ್ತದೆ.
7. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಬೆಲೆಗಳ ಆವರ್ತಗಳನ್ನು ಸಹಕಾರಿಗೆ ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಲಿಲ್ಲ.
8. ಅಡಿಕೆಯ ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಕೆಲಸಗಳು ಮಾನವ ಶ್ರಮ ಆಧಾರಿತ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಾಗಿದ್ದರಿಂದ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಅಡಿಕೆಯ ಸಂಸ್ಕರಣಾ ವಿಧಾನವು ಬಹಳಷ್ಟು ನಿಧಾನಗತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಸರಕುಗಳ ಬಟವಾಡೆ ಕೆಲಸ ಬಹಳ ನಿಧಾನಗತಿಯಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಹಣದ ಪಾವತಿಯಲ್ಲಿ ಕೂಡ ವಿಳಂಬವಾಗುತ್ತದೆ.
9. 'ಮಾಸ್' ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಜನರಿಗೆ ಇನ್ನೂ ಸಂಪೂರ್ಣ ಮಾಹಿತಿ ತಿಳಿದಿಲ್ಲ. ಆದುದರಿಂದ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾಹಿತಿಯ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಈ ಸಹಕಾರಿಯೊಂದಿಗೆ ನಿಕಟ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಿಲ್ಲ.
10. 'ಮಾಸ್' ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯು ತನ್ನ ಘಟಕಗಳನ್ನು ಜಿಲ್ಲೆಯ ವಿವಿಧ ಕಡೆಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಿದ್ದರೂ ಜನರೊಂದಿಗೆ ಕಡಿಮೆ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಆದುದರಿಂದ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಈ ಸಂಘದ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಅರಿವು ಇಲ್ಲದಿರುವುದೇ, ಕಡಿಮೆ ಸ್ಪಂದನೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

6.3 ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರ ಪಾತ್ರ :

ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಸಿಂಹಪಾಲು ಇಂದು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ 1966ನೇ ಇಸವಿಯಲ್ಲಿ APMC ಕಾಯ್ದೆ ಜಾರಿಗೆ ಬಂದಿತು. 1973ರಲ್ಲಿ CAMPCO ಮತ್ತು MAMCOS ಸ್ಥಾಪನೆಗೊಂಡು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ನ್ಯಾಯ ಒದಗಿಸಲು

ಕಾರಣವಾಯಿತು. 1984 ರಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಸರಕಾರ ಒಂದು ಕಾಯ್ದೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿತು.

ಅಡಿಕೆಯು ಮೂಲತಹ ಗುಟ್ಕಾ ಮತ್ತು ಬೀಡಕ್ಕಾಗಿ ಉಪಯೋಗವಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದ ಅಂತಿಮ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ತಲುಪುವ ಮಾರ್ಗದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಕೈ ಸೇರುತ್ತದೆ. ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ಮುಖ್ಯ ಗ್ರಾಹಕ ಪ್ರದೇಶ ಉತ್ತರ ಭಾರತದ ವಿವಿಧ ಭಾಗಗಳು. ಆದುದರಿಂದ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪತ್ತಿಯಾದ ಅಡಿಕೆ ಮುಖ್ಯ ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರ ಗುಜರಾತ್ ಆಗಿದ್ದು, ಅಲ್ಲಿಂದ ಉತ್ತರ ಭಾರತದ ನಾನಾ ಕಡೆ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ, ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಅಂತಿಮ ಪಾನ್‌ವಾಲಾನಿಗೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ವಿತರಿಸಬೇಕಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಸ್ಥಳೀಯ ವರ್ತಕರು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದನಾ ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಸಿ, ಮುಖ್ಯ ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಕ್ಕೆ ತಲುಪಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು. ಆದರೆ ಮುಖ್ಯ ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಂದ ಬೀಡಾವಾಲಾನಿಗೆ, ಪಾನ್‌ವಾಲಾನಿಗೆ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನದ ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರಿಗೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ವಿತರಿಸಲು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಮತ್ತು ದಲ್ಲಾಳಿಗಳು ಬಹಳ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಮತ್ತು ದಲ್ಲಾಳಿ ವರ್ತಕರು ಸಾಗಾಟವಾದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬಳಕೆದಾರ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಸಾಗಾಟ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ದೇಶದ ನಾನಾ ಕಡೆಗಳ ಅಡಿಕೆಯ ಅಂತಿಮ ಅನುಭೋಗ ಘಟಕಗಳೊಂದಿಗೆ ಬಲವಾದ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಪೂರೈಸುವಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಬೆಳೆಗಾರರೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟು ಜಾಲವನ್ನು ಬಹಳ ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರ ಚಾತುರ್ಯದಿಂದ ಮುನ್ನಡೆಸುತ್ತಾ ಬಂದಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು, ಹಳ್ಳಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಚಾರಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಾಗಿ, ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಾಗಿ, ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಾಗಿ, ಬಳಕೆದಾರ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳಾಗಿ ಪಾತ್ರ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅನೇಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಹಳ್ಳಿಯ ಸಂಚಾರಿ ವರ್ತಕರು ಅಡಿಕೆಯ ಫಸಲು ಕಾಣುವ ಮೊದಲೇ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಿ ಮುಂಬರುವ ಸಾಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಫಸಲಿಗೆ ಮೊದಲೇ ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ತನ್ನ ಕಡೆಗೆ ಸೆಳೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಮನೋವೃತ್ತಿಗೆ ಒಂದು ಪೂರಕವಾದ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿದೆ. ಕೆಲವೊಂದು ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವಂತಹ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಈ ಸಂಚಾರಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು, ಪೂರೈಸಿದ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳು ಇವೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು

ಬಹಳ ಪ್ರಬಲವಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ತನ್ನ ಕಡೆಗೆ ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಒಂದು ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಖಾಸಗಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ತಮ್ಮ ಆದ್ಯತೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿದ್ದು, ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ ಕೆಲವು ಉತ್ತಮ ಗುಣಗಳನ್ನು ಮೆಚ್ಚಿಕೊಂಡಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಎದ್ದು ಕಾಣುತ್ತದೆ. ಈ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಿಗಿಂತ ವಿಭಿನ್ನ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಎಲ್ಲಾ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಎಲ್ಲಾ ಸಮಯಗಳಲ್ಲಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ದೊರೆಯುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. ಇನ್ನೊಂದು ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಅಂಶವೇನೆಂದರೆ ಈ ವರ್ತಕರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ನೀಡುವ ಬೆಲೆಗಿಂತ ಅಧಿಕ ಧಾರಣೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದ್ದು, ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂತಸ ಪಡಿಸಿವೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಬಹಳ ಆತ್ಮೀಯವಾಗಿ ರೈತರನ್ನು ವಾಣಿಜ್ಯ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವುದು ಮತ್ತು ಅತೀ ಸುಲಭ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತಿರುವುದು ಬೆಳೆಗಾರರ ಆಕರ್ಷಣೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

ಆದರೆ ನಿಜವಾಗಿ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಅಡಿಕೆಗೆ ನ್ಯಾಯ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಅನೇಕ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಅಳತೆ ಮತ್ತು ತೂಕಗಳಲ್ಲಿ ವಂಚನೆ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಸಾಮಾನ್ಯ ಅಂಶವಾಗಿದ್ದು, ಈ ವಿಷಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ತಿಳಿದಿದ್ದರೂ, ಸಹಜವಾಗಿ ಸಂಘಗಳೊಂದಿಗೆ ಕಡಿಮೆ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ನಡೆಸುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಂತಹ ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶವಾಗಿದೆ.

ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಿಂಹಪಾಲು ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದು, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿರುವುದು ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಈ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಇಡೀ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳೊಂದಿಗೆ ಪೈಪೋಟಿ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಮಹತ್ತರವಾದ ಪಾತ್ರ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.ಒಂದು ಮಗ್ಗುಲಲ್ಲಿ ಅವಲೋಕನ ಮಾಡಿದಾಗ ಈ ಖಾಸಗಿ ದಲ್ಲಾಳಿ ವರ್ತಕರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ತಡೆಗಳಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿದರೆ ಇನ್ನೊಂದು ಮಗ್ಗುಲಲ್ಲಿ ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗಗಳಾಗಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿವೆ. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಅಂತಿಮ ಅನುಭೋಗ ಕೇಂದ್ರಗಳು ದೇಶದ ನಾನಾ

ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿದ್ದು, ಆ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಗೆ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಗುಜರಾತ್‌ನಿಂದ ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಖಾಸಗಿ ದಲ್ಲಾಳಿ ವರ್ತಕರು, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗವಾಗಿದ್ದು, ಇಂದು ಈ ವರ್ತಕರ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ. ಆದರೆ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಏರುಪೇರುಗಳನ್ನು ಸ್ಥಿರತೆಯಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕನಿಷ್ಠಗೊಳಿಸುವ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ. ಎಂದು ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಫಲಿತಗೊಂಡಿದೆ.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಯ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರ ಪ್ರಾಬಲ್ಯ. ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರು ಅಡಿಕೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಶಕ್ತರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಇಡೀ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿದ್ಯಮಾನಗಳು ಇಂತಹ ವರ್ತಕರ ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಈ ವರ್ತಕರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ

6.4 ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ನ್ಯೂನತೆಗಳು :

ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ತನ್ನದೇ ಆದಂತಹ ಛಾಪನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಹೊಸ ಆರ್ಥಿಕ ನೀತಿ, ಇವುಗಳಿಗೆ ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ತಂದೊಡ್ಡಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಪ್ರಸ್ತುತ ಈ ಜಾಗತೀಕರಣದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ವಿವಿಧ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ಶಕ್ತಿ ಮತ್ತು ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿಕೊಂಡು ನವೀನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಹಮ್ಮಿಕೊಳ್ಳುವ ಅಗತ್ಯ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಈ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪರ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ನಿಯೋಜಿಸುವುದು ಬಹಳ ಸೂಕ್ತ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡಲಾಗಿದೆ.

ಭಾರತ ಒಂದು ಮಿಶ್ರ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡಿರುವ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇಲ್ಲಿ ಸರಕಾರಿ ರಂಗ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ರಂಗಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ರಂಗವೂ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಸರಕಾರಿ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ರಂಗಗಳೊಳಗೆ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಕಾಪಾಡಲು ಇಂದು ಸಹಕಾರಿ ರಂಗ ಒಂದು ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗವಾಗಿ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಭಾರತದ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶ, ಗ್ರಾಮೀಣ ರೈತರಿಗೆ ಆರ್ಥಿಕ ಸಹಾಯ ನೀಡುವುದು

ಮತ್ತು ಕೊಯ್ಲಿನ ನಂತರದ (Post harvest) ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಬೆಂಬಲ ನೀಡುವುದಾಗಿದೆ. (ಮಾರಾಟ) 'ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಮೀಸಲಾಗಿದ್ದು, ದಲ್ಲಾಳಿ ವರ್ತಕರ ವಿಷವರ್ತುಲದಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಬಡವರನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಿ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯ ಗುರಿಯಾಗಿದೆ. ತ್ರಿಪಾತಿ ಎಸ್ ಎಲ್ ಇವರ ಪ್ರಕಾರ, " ಭಾರತದ ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಜಗತ್ತಿನ ಅತೀ ದೊಡ್ಡ ಕ್ಷೇತ್ರವಾಗಿ ಹೊರಹೊಮ್ಮಿದ್ದು, ಒಟ್ಟು 3.5 ಲಕ್ಷ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು 15 ಕೋಟಿ ಸದಸ್ಯರು ಹಾಗೂ 71 ಸಾವಿರ ಕೋಟಿ ನಿರ್ವಹಣಾ ಬಂಡವಾಳ (Working Capital) ಹೊಂದಿದೆ."

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಭಾರತದ ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಬಹಳ ವಿಸ್ತಾರವಾಗಿ ಬೆಳೆದಿದ್ದು, ಇದರ ಮೂಲ ಉದ್ದೇಶ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ದ.ಕ. ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ (SKACMS) ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ (CAMPCO) ಮಂಗಳೂರು ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ (MASS) ದಿ ತೋಟಗಾರ್ಸ್ ಕೋ.ಆಪರೇಟಿವ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಸೊಸೈಟಿ ಲಿ.(TSS), ಮಲೆನಾಡು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ ನಿಯಮಿತ (MAMCO's) ಮುಂತಾದ ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಸಹಕಾರಿಗಳು ದ.ಕ. ಮತ್ತು ಉ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಸಹಕಾರಿಗಳು ಅನುಭವೀ ಆಡಳಿತ ವರ್ಗವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾ ಬಂದಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ ಒಂದು ಬೃಹತ್ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದ್ದು, ದೇಶದಾದ್ಯಂತ ಸಹಕಾರಿ ಕ್ರಾಂತಿನ್ನು ರೂಪಿಸಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ SKACMS ಮತ್ತು ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಿಂದ MASS ಬಹಳ ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಈ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತನ್ನ ಸದಸ್ಯರುಗಳಿಂದ ಮತ್ತು ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರ ಕೃಷಿಯುತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಖರೀದಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಯೋಗ್ಯವಾದ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾ ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ.

ಆದರೂ ಕೂಡ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಬಹುತೇಕ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ತನ್ನ ಕಡೆಗೆ ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರು ಒಂದಲ್ಲ ಒಂದು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸದಸ್ಯರರಾಗಿದ್ದರೂ ಕೂಡ. ಈ ಸದಸ್ಯರು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಸಹಕಾರಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಸ್ಪಂದಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ. ಸಹಕಾರಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಜನರ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣ

ಬಹಳ ವಿರಳವಾಗಿದ್ದು, ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ ಪಾಲು ಅಧಿಕವಾಗಿದೆ ಎಂದು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಉತ್ತರ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಬಯಲು ಸೀಮೆಯ ಕೆಲವೊಂದು ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಜನರು ಸಹಕಾರಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಸ್ಪಂದಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತೀರಾ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ಕಡುಬರುತ್ತದೆ. ಬಹಳ ಗಹನವಾಗಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಸಹಕಾರಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಜನರು ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣ ಬಹಳ ವಿರಳವಾಗಿದ್ದು, ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿಗಳು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ವಿಫಲವಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುದಾದರೆ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸಹಕಾರಿ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಎರಡು ನ್ಯೂನತೆಗಳು ಎದ್ದು ಕಾಣುತ್ತಿವೆ ಅವುಗಳೆಂದರೆ:

1. ಜನರಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ಪ್ರಜ್ಞೆಯ ಅಭಾವ.

2. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಚಾರ.

ಈ ಎರಡು ಕಾರಣಗಳಿಂದಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಸ್ಪಂದಿಸದೆ, ಸಹಕಾರಿ ಮನೋಭಾವನೆಯನ್ನು ತನ್ನಲ್ಲಿ ಅಂತರ್ಗತಗೊಳಿಸಲು ವಿಫಲರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಎನ್ನಬಹುದು. ಪ್ರತಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಕೆಲವೊಂದು ಬಾರಿ, ರಾಜಕೀಯ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರವೇಶವಾಗುತ್ತದೆ. ರಾಜಕೀಯ ಅಂಶಗಳು ಪ್ರವೇಶವಾದಾಗ, ಬಡ ಕೃಷಿಕರ ಮೇಲೆ ಋಣಾತ್ಮಕವಾದ ಪ್ರಭಾವ ಬೀಳಲು ಸಾಧ್ಯ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರು ಈ ಸಂಘದಿಂದ ದೂರವಿರಲು ಇಚ್ಛಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸರಕಾರದ ನೀತಿಗಳೂ ಕೂಡ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಕಡಿವಾಣವನ್ನು ಹಾಕುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು ಒಂದು ಉತ್ತಮ ಧ್ಯೇಯವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಕೆಲವೊಂದು ನ್ಯೂನತೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಬೇಕಾದರೆ ಕೆಲವೊಂದು ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಅಂತಹ ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ಈ ಅಧ್ಯಾಯದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತಾರವಾಗಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

6.5 ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದ ಭವಿಷ್ಯ :

ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ವಿಭಿನ್ನ ಭವಣೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಒಂದು ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಬೆಳೆಸುತ್ತಿರುವಾಗ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಸಮಸ್ಯೆ ಬೆಳೆ ರೋಗದ ಸಮಸ್ಯೆ ದಿನೇ ದಿನೇ ಉಲ್ಬಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ನೀರಾವರಿಯ ವೆಚ್ಚವು ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಅತೀವವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದೆ. ಮಳೆ ವಿರಳವಾದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ದಿನಪೂರ್ತಿ ವಿದ್ಯುತ್ ಸರಬರಾಜು ಕೂಡಾ ಸರಿಯಾಗಿ ಪೂರೈಕೆಯಾಗದೆ, ರೈತರು ಪರ್ಯಾಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಬೇಕಾದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯ ತಲಾ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದೆ, ಇನ್ನೊಂದು ಮಗ್ಗುಲಲ್ಲಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣಾ ಬೆಲೆ ಕುಸಿಯುತ್ತಿದೆ. ಅದರಿಂದ ರೈತರು ಮುಂದುಗಾಣದ ಬವಣೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲದೆ, ಮಾರಾಟದ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಸಂಸ್ಕರಣಾ ವಿಧಾನಕ್ಕೆ ಅಳವಡಿಸಲು ಪೂರಕವಾದ ಮಾಹಿತಿಗಳ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಹಾಗೂ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಇಂದು ಎದುರಾಗುತ್ತಿವೆ.

ಆದುದರಿಂದ ಸರಕಾರ ರೈತರಿಗೆ ಪೂರಕ ಮಾಹಿತಿಗಳೊಂದಿಗೆ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರೇರೇಪಣೆ ನೀಡಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ ಎಂದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ರೈತರಿಗೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎದುರಾಗುತ್ತಿದೆ. ಮೈದಾನ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಮಲೆನಾಡು ವಲಯದಲ್ಲಿ ಬರುವಂತಹ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ವಿಭಿನ್ನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಮಲೆನಾಡು ವಲಯದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಬಹಳ ದಕ್ಷತೆಯಿಂದ ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ರೈತರಿಗೆ ಪೂರ್ಣ ಸಹಕಾರ ನೀಡುತ್ತಾ ಬಂದಿದೆ.

ಆದರೆ ಮೈದಾನ ವಲಯ ಪ್ರದೇಶಗಳಾಗಿನ ತುಮಕೂರು, ಬೀರೂರು, ದಾವಣಗೆರೆ, ಚೆನ್ನಗಿರಿ ಇತ್ಯಾದಿ ಊರುಗಳಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಪಾತ್ರ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ತುಂಬಾ ವಿರಳವಾಗಿದೆ.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಇಂತಹ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸರಕಾರ ಅಳವಡಿಸಬಹುದು ಎಂಬುದು ನನ್ನ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಮನಗಂಡ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು.

- ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆಗೆ ಆದ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಪ್ರೇರೇಪಣೆ.
- ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದೆ.
- ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ತನ್ನ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆಗೆ ವಿಕ್ರಯಿಸಲು ಗೋದಾಮುಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ.
- ರೈತರಿಗೆ ಆರ್ಥಿಕ ನೆರವು.
- ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಹೂಡುವಳಿಗಳ (Input) ಪೂರೈಕೆ.
- ತೆರಿಗೆ ವಿನಾಯಿತಿ.
- CAMPCO ಎಂಬ ಸಂಸ್ಥೆ ಒಟ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ 20% – 25% ರಷ್ಟು ಮಾತ್ರ ಖರೀದಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇದರೊಂದಿಗೆ 'ಮಾಸ್' ನಂತಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಇನ್ನೂ ಪ್ರೇರಣೆ ನೀಡಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿದ್ಯಮಾನಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಕಂಡು ಬಂದಂತಹ ಅಂಶಗಳ ಒಂದು ಸ್ಥೂಲ ಮಾಹಿತಿ.

1. ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ರೈತರ ಮುಖ್ಯ ಆದಾಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯಿಂದ ಬರುತ್ತಿದೆ.
2. ರೈತರು ಉತ್ಪಾದನೆ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಬವಣೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.
3. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮಾಣ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದ್ದು, ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ನಿಧಾನವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗುತ್ತಿದೆ.
4. ಅತೀ ಕನಿಷ್ಠ ಉತ್ಪಾದಕತೆ.
5. ದಿನೇ ದಿನೇ ವಿಸ್ತಾರಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರದೇಶ
6. ಧಾರಣೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಏರಿಳಿತ
7. ಅಡಿಕೆ ಆಮದಿನ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ–ಸರಕಾರದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ 2008ರಲ್ಲಿ ಆಮದು ಮಾಡಿದ ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆ ಕೆ.ಜಿ.ಗೆ 15/– ರೂಪಾಯಿಗಳು.

8. ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಕುಸಿಯುತ್ತಿರುವ ಬೆಲೆ.

ಈ ಎಲ್ಲಾ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ತೀವ್ರ ಸಂಕಷ್ಟಗಳಿಗೆ ಒಳಗಾಗಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಈ ಕೆಳಗೆ ನೀಡಿರುವ ಅಂಶಗಳು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಬೀರಿವೆ.

1. ದುರ್ಬಲ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು.
2. ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೇಲೆ ಹತೋಟಿ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು.
3. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ಪ್ರಮಾಣ ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದರೂ ಸರಕಾರಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರ ಮಿತವಾದ ಆದಾಯ ಲಭಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ತೆರಿಗೆ ರಹಿತ ಮತ್ತು ನಿಯಮ ಭಂಗದ ವ್ಯಾಪಾರ ಕ್ರಿಯೆ ವಹಿವಾಟುಗಳು.
4. ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಒಟ್ಟು ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಯ ಮೇಲೆ ಸರಿಯಾದ ಜ್ಞಾನ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು.

6.6 ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳು :

ಅಡಿಕೆ ಒಂದು ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಇದರ ವೆಚ್ಚ ದುಬಾರಿಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಆದರೆ ಹೊರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ವೆಚ್ಚ ಕಡಿಮೆಯಿದ್ದು, ಅಗ್ಗದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಗುಣಮಟ್ಟ ಕಡಿಮೆಯಿರುವ ಅಡಿಕೆ ಭಾರತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಪ್ರಭುತ್ವವನ್ನು ಸಾಧಿಸುತ್ತಿದೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಹುದುಗಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸಲು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬಹುದು.

1. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಅನುಭೋಗ ಮಾಡುವ ಸಿದ್ಧ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗೆ ಬಳಸಬೇಕು. ಉದಾ: ಮಾಲ್ಟ್, ಅಡಿಕೆಯ ಮದ್ಯ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಸಾಮಾನ್ಯ ಜನರು ಬಳಸುವ ನಿತ್ಯವಸ್ತುಗಳು. ಸುಮಾರು 64 ಶೇಕಡಾದಷ್ಟು ಅನುಭೋಗಿಗಳು ಶಿವಮೊಗ್ಗ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತಮ್ಮ ಒಲವನ್ನು ತೋರಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಆದುದರಿಂದ ಅಂತಹ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ವಿಶಿಷ್ಟಾಧಿಕಾರ ಪತ್ರ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

2. ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಆವಿಷ್ಕರಿಸಬೇಕು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯ ಸಂಶೋಧನಾ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಿ ಸಂಶೋಧನೆಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಬೇಕು. ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಶೋಧನೆ ನಡೆಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ಹೂಡುವಳಿಗಳನ್ನು ಮಿತದರದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ರಂಗದಲ್ಲಿ ನೀಡಲು ಕ್ರಮಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕು.
3. ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. CAMPCO ದಂತಹ ಪ್ರಬಲ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಬೇಕು. ರಾಜಕೀಯದಿಂದ ಇಂತಹ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ದೂರವಿದ್ದು, ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಆವಿಷ್ಕಾರಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ಕೊಡುವಂತಿರಬೇಕು.
4. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ಮೇಲೆ ಸರಕಾರದ ಹತೋಟಿ.
5. ನಿರ್ಬಂಧಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾರಾಟ ಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆ
6. ತೆರಿಗೆ ಪಾವತಿಯಲ್ಲಿ ಭಾರತದಾದ್ಯಂತ ಏಕ ರೀತಿಯ ಕಾನೂನುಗಳು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳ್ಳಬೇಕು.
7. ಅಡಿಕೆ ಆಮದಿನ ಮೇಲೆ ಕಡಿವಾಣ.
8. ಗುಟ್ಕಾ ನಿಷೇಧ ಕಾನೂನಿಗೆ ಬದಲಾಗಿ ಆರೋಗ್ಯವನ್ನು ಹಾಳು ಮಾಡದ ಗುಟ್ಕಾ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಬೇಕು.
9. ಅಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಹುದುಗಿರುವ ಔಷಧೀಯ ಮತ್ತು ವಿಟಮಿನ್ ಸತ್ವಗಳನ್ನು ಸಂಶೋಧಿಸಿ ಇದರಿಂದ ಲಘು ಪಾನೀಯಗಳು ಮತ್ತು ಔಷಧೀಯ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸಲು ಸರಕಾರದಿಂದ ಉತ್ತೇಜನ ನೀಡುವುದು.
10. ಡಾ। ಶಂಕರಭಟ್ ಬದನಾಜೆ ಇವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ, ಅಡಿಕೆಯಿಂದ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾದ ಪೇಯಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸಬಹುದು. ಆಲ್ಕೋಹಾಲ್ ಕನಿಷ್ಠ ಇರುವ ಪೇಯಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಸರಕಾರದ ಅನುಮತಿ ಅಗತ್ಯವಾಗಿ ಸಿಗಬೇಕಾಗಿದೆ.
11. ವಿದೇಶಿಯರ ಅಭಿರುಚಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ತಯಾರಿಕೆಗೆ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಸರಕಾರದಿಂದ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಡಬೇಕು.
12. ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಹಾಗೂ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ

ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಆವಿಷ್ಕರಿಸಲು ರೈತರು, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು, ವಿಜ್ಞಾನಿಗಳು, ಪರಿಣತಿ ಪಡೆದವರು ಎಲ್ಲಾ ಒಂದುಗೂಡಿ ಬಂದು ದಕ್ಷತೆಯ ಸಂಸ್ಥೆಯ ರಚನೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ.

13. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಕ್ಷೇತ್ರ ವಿಸ್ತರಣೆಯನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.
14. ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಏರಿಳಿತಗಳಾಗುವುದರಿಂದ, ರೈತ ಮಿಶ್ರ ವ್ಯವಸಾಯವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.
15. ಅಡಿಕೆಯ ಬೇಡಿಕೆ ವೃದ್ಧಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಅಡಿಕೆಯ ಪರ್ಯಾಯ ಉಪಯೋಗಗಳನ್ನು ಕಂಡು ಹುಡುಕಬೇಕಾಗಿದೆ. ಈಗಾಗಲೇ ಶ್ರೀ ಶಂಕರ್ ಭಟ್ ಪೂಗವನ, ಅಡಿಕೆಯ ಪೇಯಗಳನ್ನು, ಆಲ್ಕೋಹಾಲ್ ರಹಿತ ಮದ್ಯಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸಲು ಸಂಶೋಧನೆ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅಲ್ಲದೇ, ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯ ನವಿಲೆ, ಶಿವಮೊಗ್ಗ – ಇವರು ಸಿಹಿಮೂತ್ರ ರೋಗಕ್ಕೆ ಅಡಿಕೆಯ ಔಷಧಗಳನ್ನು ತಯಾರು ಮಾಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಇಂತಹ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಸರಕಾರ ಅನುಮತಿ ಕೊಟ್ಟು ಅನುದಾನ ನೀಡಬೇಕಾಗಿದೆ.
16. ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧನೆ ನಡೆಸುವುದು.
17. ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ ತೊಂದರೆ ಇಲ್ಲದ ಗುಟುಕಾಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ.
18. ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಖಾದ್ಯಗಳನ್ನು ತಯಾರು ಮಾಡುವ ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಸರಕಾರ ಸ್ಥಾಪಿಸಬೇಕು.
19. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ನಿರಂತರವಾಗಿ ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಸರಕಾರಿ ಅಥವಾ ಸರಕಾರೇತರ ಸಂಘಗಳು ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಿಸಬೇಕು.
20. ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರ ಮೇಲೆ ಹಿಡಿತ.
21. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣ, ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರದೇಶ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಮೇಲೆ ಅಧ್ಯಯನ ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯದ ಮೂಲಕ ನಡೆಸುವುದು.
22. ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೇಲೆ ಪ್ರಚಾರ ಕಾರ್ಯ ನಡೆಸುವುದು.
23. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮೇಲೆ ಅಧ್ಯಯನ, ಬೇಡಿಕೆ – ಪೂರೈಕೆ ಅಂಶಗಳ ಪರಿಗಣನೆ.
24. ಬಹಳ ಪ್ರಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಮ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಾದರೂ ಒಂದು ಸಂಘವನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿ ಕನಿಷ್ಠ ಪಾಕ್ಷಿಕವಾಗಿ ಒಂದುಗೂಡಿ ತಮ್ಮ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚೆ ನಡೆಸಬೇಕು. ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ರೈತರುಗಳ ನಡುವೆ ಅನೇಕ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಸಂವಹನವಾಗಬಹುದು.

25. ಪಾನ್ ಬೀಡಾ ಅಂಗಡಿಗಳನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವುದು
26. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಧಾರಣೆಯನ್ನು ಪ್ರಚಾರಗೊಳಿಸುವುದು.
27. 'ಮಾಸ್'ನಂತಹ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅಡಿಕೆ ನೇರ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಉತ್ತೇಜನ ಕೊಡಬೇಕು.
28. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಲು 'Dwarf' ತಳಿ (ಕುಬ್ಜ ತಳಿ) ಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಇನ್ನಷ್ಟು ಸಂಶೋಧನೆಯಾಗಬೇಕು.
29. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಮಿಶ್ರ ಬೆಳೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ (Multiple Cropping) ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ನೀಡಬೇಕು.
30. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯೊಂದಿಗೆ ಗೋದಾಮುಗಳ (Godown) ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರಕಿಸಬೇಕು.
31. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ನಿರತರಾಗಿರುವ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅಡಿಕೆಗೆ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಬಾಹ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಶೋಧಿಸಬೇಕು.
32. ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ (Value addition) ಬಗ್ಗೆ ಸಂಶೋಧನೆಗಳು, ಆವಿಷ್ಕಾರಗಳು ನಡೆಯಬೇಕು.
33. ವಿಸ್ತಾರವಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಆಗಾಗ ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕು. ಅಡಿಕೆಯ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬೇಕು.
34. ಅಡಿಕೆಯ ಪರ್ಯಾಯ ಉಪಯೋಗಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಶೋಧನೆ ಕೈಗೊಂಡು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಚಾಕಲೇಟು ತಯಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ, ಬಣ್ಣಗಳ ತಯಾರಿಕೆ, ಬೇಕರಿ ವಸ್ತುಗಳು, ಖಾದ್ಯಗಳು, ಔಷಧಿಗಳು, ವೈನ್, ಸೌಂದರ್ಯವರ್ಧಕಗಳ ತಯಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಿದಾಗ, ಅಡಿಕೆಯ ಬೇಡಿಕೆ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು.
35. ಅಡಿಕೆಯ ಉಪ-ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ವಿವಿಧ ವಸ್ತುಗಳ ತಯಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತುಗಳಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲ್ಪಡಬೇಕು.
36. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ವೈದ್ಯಕೀಯ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಅಡಿಕೆಗೆ ಔಷಧೀಯ ಗುಣಗಳನ್ನು. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ವಿವಿಧ ರೋಗ ನಿವಾರಕ ಮತ್ತು ಉಪಶಮನ ಔಷಧಿಗಳ ತಯಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

37. ಅಡಿಕೆಯನ್ನಾಧಾರಿತ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬೇಕು. ಅಡಿಕೆಗೆ ಕೈಗಾರಿಕಾ ವಸ್ತುಗಳಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿರುವ ಗುಣಗಳಿರುವುದರಿಂದ, ಇದನ್ನು ಬಣ್ಣಗಳ ತಯಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ, ಮರದ ಎಣ್ಣೆಯ ತಯಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ, ಪಾಲಿಶ್‌ಗಳು, ಮಸಿ, ಗ್ರೀಸ್, ಟಾನಿಕ್, ಮೇಹ, ಸಾಬೂನು, ಅಂಟು ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ತಯಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಬಹುದು ಎಂದು ಸಂಶೋಧನೆಗಳ ಮೂಲಕ ಸಾಬೀತಾಗಿದೆ. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟರೆ, ಅಡಿಕೆಗೆ ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವುಂಟಾಗಿ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯಾಗಬಹುದು ಮತ್ತು ಕೈಗಾರಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಕೂಡಾ ಆಗಬಹುದು.

38. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದರೂ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಈ ಸಂಘಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಮಾಹಿತಿ ದೊರಕಿಲ್ಲ. ವಿವಿಧ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಈ ಸಂಘಗಳು ರಚಿಸಿಕೊಂಡು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ತನ್ನೆಡೆಗೆ ಆಕರ್ಷಿಸುವ ಪ್ರಚಾರ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕು.

39. ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳು, ಬೆಳೆಗಾರರೊಂದಿಗೆ ನಿರಂತರ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಲು . ಸಹಕಾರಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳನ್ನು ನೇಮಕ ಮಾಡಿ, ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ಬೆಳೆಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಬೆರೆತುಕೊಂಡು ಬೆಳೆಗಾರರು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರ ಸಂಘಗಳ ನಡುವೆ ಒಂದು ಕೊಂಡಿಯಂತೆ ವರ್ತಿಸಬೇಕು.

40. ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳು ರೈತರಿಗೆ ಮುಂಗಡ ಹಣ ಪಾವತಿಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಬೇಕು. ಇದರಿಂದ ಇವರುಗಳು ಖಾಸಗೀ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸುವ ಪ್ರಮಾಣ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

41. ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳ ಸಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ಸ್ಥಳಗಳಿಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸಬೇಕು. ಇದರಿಂದ ಬೆಳೆಗಾರನಿಗೆ ಸಂಘಗಳ ಲಭಿಸುವಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವುಂಟಾಗುತ್ತದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ 7

ಅಧ್ಯಯನದ ಸಾರಾಂಶ ಮತ್ತು ಉಪಸಂಹಾರ

ಅಧ್ಯಾಯ 7

ಅಧ್ಯಯನದ ಸಾರಾಂಶ ಮತ್ತು ಉಪಸಂಹಾರ

7.1 ಸಾರಾಂಶ ಮತ್ತು ಅಧ್ಯಯನದ ಮುಖ್ಯ ಫಲಿತಗಳು :

ಈ ಅಂತಿಮ ಅಧ್ಯಾಯವು ಮೊದಲಿನ ಅಧ್ಯಾಯಗಳಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದ ವಿಷಯಗಳು ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಾರಾಂಶವನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಮೀಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿನ ಮುಖ್ಯ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟು ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಮಥನ ಮಾಡಿ, ಗಳಿಸಿದಂತಹ ಫಲಿತಗಳನ್ನು ಮಗದೊಮ್ಮೆ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧದ ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವಾದ ಉಪಸಂಹಾರವನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಯನದ ಕಿರುನೋಟ :

ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ಒಟ್ಟು ಏಳು ಅಧ್ಯಾಯಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಪ್ರಥಮ ಅಧ್ಯಾಯವು ಪೀಠಿಕೆಯನ್ನೊಳಗೊಂಡಂತೆ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ಇತಿಹಾಸ, ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ, ಅಧ್ಯಯನದ ವ್ಯಾಪ್ತಿ, ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಪೂರ್ವಕಲ್ಪನೆ, ಅಧ್ಯಯನದ ವಿಧಾನಗಳು ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನದ ಅಗತ್ಯ ಹಾಗೂ ಒಟ್ಟು ಅಧ್ಯಾಯಗಳ ವಿಂಗಡನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಎರಡನೇ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಅರ್ಥ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಆರ್ಥಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಗತಿಯ ನಡುವಣ ಇರುವಂತಹ ವ್ಯತ್ಯಾಸದ ಬಗ್ಗೆ ನಿರೂಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲದೆ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮಾದರಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಮಾರಾಟ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಇತ್ಯಾದಿ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳ ಪ್ರಮುಖಾಂಶಗಳನ್ನು ನಿರೂಪಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಮೂರನೇ ಅಧ್ಯಾಯವು ಅಧ್ಯಯನ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಪ್ರದೇಶವಾದ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಪಾರ್ಶ್ವನೋಟದ ಚಿತ್ರಣವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ನಾಲ್ಕನೇ ಅಧ್ಯಾಯವು ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕಿರು ಚಿತ್ರಣದೊಂದಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ನಿರೂಪಿಸುತ್ತದೆ.

ಐದನೇ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು, ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಿ ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರದ ವಿವಿಧ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು, ಲಭಿಸಿದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಿ, ನಕ್ಷೆಗಳ ಮೂಲಕ, ವಿಷಯಗಳ ಅಂತರಾರ್ಥ ನಿರೂಪಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಆರನೇ ಅಧ್ಯಾಯವು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ, ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಪೂರಕವಾದ ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳನ್ನು ಸಮರ್ಥಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕೊನೆಯದಾಗಿ, ಏಳನೇ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ಇಡೀ ಅಧ್ಯಯನದ ಸಾರಾಂಶಗಳನ್ನು ಪುನರ್ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ, ಅರ್ಥಪೂರ್ಣ ಅಂತಿಮ ತೀರ್ಮಾನಕ್ಕೆ (Inference) ತಲುಪಿ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಒಂದು ಮುಕ್ತಾಯವನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಭಾರತ ಹಳ್ಳಿಗಳ ದೇಶ, ಬಹುತೇಕ ಭಾರತೀಯರು ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಜೀವನ ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುವ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಕೃಷಿಯುತ್ಪನ್ನಗಳಿಂದ ದೇಶದ ಎಲ್ಲಾ ಜನರಿಗೆ ಆಹಾರವನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದಲ್ಲದೆ, ದ್ವಿತೀಯ ಮತ್ತು ತೃತೀಯ ರಂಗದ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಒತ್ತು ನೀಡುವುದು ಅತೀ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಅಂಶವಾಗಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ದೇಶದ ಸಮಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ.

ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನುವುದು ಎಲ್ಲಾ ಆರ್ಥಿಕ ನೀತಿಗಳ ಪ್ರಮುಖ ಧೋರಣೆಯಾಗಿದ್ದು, ಭಾರತವನ್ನೊಳಗೊಂಡು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದುತ್ತಿರುವ ದೇಶಗಳ ಮುಖ್ಯ ಸಾಮಾಜಿಕ ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ರಾಜಕೀಯ ಗುರಿಯಾಗಿದೆ. ಒಂದು ಪ್ರದೇಶದ ಜನರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟದೊಂದಿಗೆ ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಹೆಚ್ಚಳವೇ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನಬಹುದು. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ದೇಶದ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯದೊಂದಿಗೆ, ಜನರ ಗುಣಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಧನಾತ್ಮಕ ಬದಲಾವಣೆಯೇ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಾಗುವ ಸುಧಾರಣೆಯೇ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನಬಹುದು. ಉತ್ತಮವಾದ ವಿತರಣಾ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು ಜನರ ತಲಾ ಆದಾಯವನ್ನು ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಪ್ರಾಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ.

ವಿವಿಧ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ ತಜ್ಞರು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಮಾದರಿಗಳು, ದೇಶದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬಗ್ಗೆ ನೀತಿಗಳನ್ನು ಬಲಗೊಳಿಸಲು ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕವಾದ ಆಧಾರವನ್ನು ನೀಡುವುದರಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿವೆ. ಎಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಕೂಲಂಕುಷವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸಿದಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳ ಮಧ್ಯ ಪೈಪೋಟಿ ಇರುವುದು ಸಾಮಾನ್ಯ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞ ಗುನ್ನಾರ್ ಮಿರ್ಡಾಲ್, ತನ್ನ "Asian Drama" ಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿದ ಹಾಗೆ, ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಹಿಮ್ಮುಖ ಸಂಚಲನ ಪರಿಣಾಮಗಳು (Strong back wash effects) ಹೆಚ್ಚಾಗಿದ್ದು, ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಪ್ರಸರಣ ಪರಿಣಾಮಗಳು (strong spread effects) ಅಧಿಕವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗಿಂತ ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಸಫಲತೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತವೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಸರಣ ಪರಿಣಾಮಗಳು ಬಹಳ ದುರ್ಬಲವಾಗಿರುವುದರಿಂದ (weak spread effects) , ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಒಟ್ಟು ಫಲವನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗಿಂತ, ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಬಹುಪಾಲು ಅನುಭವಿಸಿ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಋಣಾತ್ಮಕದತ್ತ ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಭಾರತದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಒಂದು ಮಗ್ಗುಲಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿದ ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಇನ್ನೊಂದು ಮಗ್ಗುಲಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಬಯಸುತ್ತಿರುವ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಕಾಣ ಸಿಗುತ್ತವೆ. ಈ ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ಬೆಸೆದಿರುವ ಸ್ಥಳಗಳನ್ನು (Rurarban) "ರೂರರ್ಬನ್" ಎಂದು ಪ್ರೋ. ಗಿರಿಯಪ್ಪ ಇವರು ಸಂಬೋಧಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಆದುದರಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಬಹಳ ಸ್ಥಿರತೆಯಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾದ ಕಾರಣ ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾದ ಪೂರ್ವನಿಯೋಜಿತ ಪ್ರಯತ್ನಗಳಾಗಬೇಕೆಂದು ಎಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮಾದರಿಗಳು ಒತ್ತಿ ಹೇಳಿವೆ.

ದೇಶದ ಸಮಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ನಗರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳ ನಡುವೆ ಸಾಮರಸ್ಯ ಏರ್ಪಾಡಬೇಕು. ಈ ಎರಡು ಪ್ರದೇಶಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಪೂರಕಗಳಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬೇಕಾದುದು ಅನಿವಾರ್ಯ ಅಂಶ. ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಉತ್ಪಾದಕರಾಗಿ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಿಸಲ್ಪಟ್ಟಂತಹ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಾಗಿ ಈ ಎರಡೂ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯಿಂದ ಮುಂದುವರಿದರೆ ದೇಶದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯೊಂದಿಗೆ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ

ದರವನ್ನು ಇನ್ನೂ ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಎರಡು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ನಡುವೆ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪರಸ್ಪರ ವಿಕ್ರಯಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಪೂರಕವಾದ ಅಂಶವೇ 'ಮಾರುಕಟ್ಟೆ' ಮತ್ತು 'ಮಾರಾಟ'.

ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಆಶಾವಾದಿ ಚಿಂತನೆಯನ್ನು ಮೂಡಿಸಿ, ಅವರ ಶ್ರಮವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರಯೋಗಿಸಲು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಯೋಗ್ಯ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ವಿಕ್ರಯಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಪೂರಕವಾಗಿರುವ ಒಂದು ಅನಿವಾರ್ಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯೇ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ. ದಕ್ಷ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಉತ್ಪಾದಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಊರ್ಜಿತಗೊಳಿಸುವುದಲ್ಲದೆ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ, ಬೆಲೆಯ ಅಧಿಕ ಪಾಲು ಸೇರುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸುವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇದ್ದಾಗ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ, ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಸ್ಥಿರತೆಯ ಆದಾಯವನ್ನು ಲಭಿಸುವುದಲ್ಲದೆ, ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯಕವಾಗುವುದು.

ಒಂದು ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಬಹುತೇಕ ಹಳ್ಳಿಗಳ ಮೂಲಾಧಾರ ಕಸುಬಾಗಿದ್ದು, ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷವಾಗಿ ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಜನರಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಮತ್ತು ಆದಾಯವನ್ನು ಕೊಡುವಂತಹ ಒಂದು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಉದ್ದಿಮೆಯಾಗಿದ್ದು, ಈ ಕೃಷಿಯಿಂದಲೇ ದ್ವಿತೀಯ ಮತ್ತು ತೃತೀಯ ರಂಗದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಬೆಳೆಯಲು ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಭಾರತ ಒಂದು ಹಳ್ಳಿಗಳ ದೇಶ. ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಯು ಜನರ ಪ್ರಧಾನ ವೃತ್ತಿಯಾಗಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವಲ್ಲಿ ಅಗ್ರಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದಿದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ, ನಗರ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರಿಗೆ ಮೂಲ ಆಹಾರದ ಪೂರೈಕೆಯಾಗುವುದು ಈ ಕೃಷಿಯಿಂದಲೇ ಆಧುನಿಕ ಕಾಲದ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಮೂಲಭೂತ ಅಗತ್ಯವಾದ ಆಹಾರವನ್ನು ಪೂರೈಸುವುದಲ್ಲದೆ, ದ್ವಿತೀಯ ರಂಗದ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ತೃತೀಯ ರಂಗದ ಸೇವಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು ಸಮರ್ಥವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲು ಪೂರಕವಾದ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ತೃಪ್ತಿದಾಯಕವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಕೃಷಿಯಾಧರಿತ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವುದಲ್ಲದೆ, ಈ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗ್ರಾಹಕನಾಗಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಉತ್ಪಾದಕ ಕ್ಷೇತ್ರವಾಗಿ ಅನುಭೋಗ ಕ್ಷೇತ್ರವಾಗಿ ಮತ್ತು 'ಸಂಚಲನ ಕ್ಷೇತ್ರ' (Spreading sector) ವಾಗಿ ಕೃಷಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ತೃತೀಯ ರಂಗಗಳ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಾದ ಸಾಗಾಟ, ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್, ಮಾರಾಟ

ಮುಂತಾದವುಗಳು ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷ ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷ ಪರಿಣಾಮಗಳಿಂದ ನಿರ್ಧರಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುವ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ಎರಡು ವಿಧ 1) ಆಹಾರದ ಬೆಳೆಗಳು ಮತ್ತು 2) ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳು ಪ್ರಸಕ್ತ ಜಾಗತೀಕರಣ ಮತ್ತು ಉದಾರೀಕರಣ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಒಂದು ಉದ್ದಿಮೆಯಾಗಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡು ಆಧುನಿಕ ರೈತರು ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಮಹತ್ವವನ್ನು ನೀಡಿ, ಲಾಭದಾಯಕತೆ ದೃಷ್ಠಿಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಆಧುನೀಕರಣಗೊಳಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿರುವುದು ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದೆ.

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ 'ಮಲೆನಾಡು' ಪ್ರದೇಶದ ಭೂಭಾಗದಲ್ಲಿ ಸೇರಿದ್ದು, ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಿಂದ ವಾಣಿಜ್ಯ ಕೃಷಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಒತ್ತನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ಜನರ ಮುಖ್ಯ ಅಥವಾ ಉಪ ವೃತ್ತಿಯಾಗಿದ್ದು, ಎಲ್ಲಾ ರೈತರಲ್ಲಿ ಹಾಸುಹೊಕ್ಕಾಗಿ ಬೆಳೆದು ನಿಂತಿದೆ. ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ಒಟ್ಟು ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಶೇಕಡಾ 78 ಕ್ಕಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಇದೆ ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನೇ ಮುಖ್ಯ ಕಸುಬನ್ನಾಗಿಸಿಕೊಂಡು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿ ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಹಣ್ಣಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಗಳ ಉಪಯೋಗ ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದು, ಪಾನ್ ಬೀಡಾಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಉಪಯೋಗ ಆಗುತ್ತಿವೆ.

ಹಣ್ಣಡಿಕೆಯ ಉಪಯೋಗವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕೂಲಿ ಕಾರ್ಮಿಕರು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದು, ಈ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಬೀಡಾಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸಿ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ತಂಬಾಕು, ಸುಣ್ಣ, ತಾಂಬೂಲದಿಂದ ಒಳಗೂಡಿದ ಬೀಡಾ ಗೂಡಂಗಡಿಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಮಾರಾಟವಾಗಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಚಾಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಗುಜರಾತ್‌ನಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಾರೆ. ಮಂಗಳೂರು ಚಾಲಿಯ ಮುಖ್ಯ ಗ್ರಾಹಕ ಗುಜರಾತ್ ಆಗಿದ್ದು, ಅಲ್ಲಿಂದ ಅದು ಬೇರೆ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ರವಾನೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಗುಟ್ಕಾ ತಯಾರಿಸಲು ಉಪಯೋಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಭತ್ತದ ಕೃಷಿಯ ಪ್ರಮಾಣ ಕ್ಷೀಣಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಇದರ ಬದಲಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ತೋಟದ ಪ್ರಮಾಣ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದೆ. ಅಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ತಳಿಗಳಿದ್ದು, 'ಊರಿನ ತಳಿ' ಮತ್ತು 'ಮಂಗಳ ತಳಿ' ಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ರೈತರು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ದಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅನುಭವಿಸುವ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಮೂಲತಹ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಗುಟ್ಕಾ ಮತ್ತು ವೀಳ್ಯಕ್ಕಾಗಿ

ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಇದರ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆಗೆ ಬಹಳ ದೂರದ ಪ್ರಯಾಣದಲ್ಲಿ ಸಾಗಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕೈಯಿಂದ ಅಂತಿಮ ಬಳಕೆದಾರನ ಬಾಯಿಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸುವ ಈ ಎರಡು ಬಿಂದುಗಳ ನಡುವೆ ಅಡಿಕೆಯು ಅನೇಕ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಕೈಕೆಳಗೆ ವಿಕ್ರಯಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮೇಲೆ ಒಂದು ಪಕ್ಷಿನೋಟವನ್ನು ಹಾಯಿಸಿದಾಗ, ಬಹುಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಉತ್ಪಾದಕರು-ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ-ಹಳ್ಳಿಯ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ, ಕೇಂದ್ರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ ಅಥವಾ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ – ಬಳಿಕ ಪ್ರದೇಶದ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ-ಪಾನ್‌ವಾಲಾ ಗ್ರಾಹಕ ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಜನ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಅಡಿಕೆ ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆಯ ಅಂತಿಮ ಬೆಲೆಯ ಅಧಿಕ ಪಾಲು ಈ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಗೆ ಸೇರುತ್ತಿದ್ದು, ಕಷ್ಟಪಟ್ಟು ಬೆಳೆಸಿದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರನಿಗೆ ಅತಿ ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಲೆ ಲಭಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಒಂದು ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶ.

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದ ಅಡಿಕೆಯ ಬಹುಪಾಲು ಮೌಲ್ಯ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಕೈಸೇರುತ್ತಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಲೆಯು ಲಭಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಲು ಕಷ್ಟಕರವಾಗಿದೆ. ಬಹು ಸಂಖ್ಯೆಯ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ತನ್ನ ನಿಯಂತ್ರಣಕ್ಕೆ ಒಳಪಡಿಸುವುದರಿಂದ ಇದು ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಒಂದು ಸವಾಲಾಗಿದೆ.

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಕೂಲಂಕುಷವಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸಿದಾಗ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತೀವ್ರ ಪೈಪೋಟಿ ಮನೋಭಾವದಲ್ಲಿ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿವೆ. ಈ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಕೃಷಿಕರ ಪರವಾಗಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರ ಹತೋಟಿಯನ್ನು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ತಪ್ಪಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿವೆ.

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಆಂದೋಲನದ ಕುರುಹು ಕಳೆದ ಶತಮಾನದ ಆದಿಭಾಗದಿಂದಲೇ ಎದ್ದು ಕಾಣುತ್ತಿದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘ ಲಿ. (SKACMS) , ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ (CAMPCO), ಮಾಸ್ (MASS) ಮುಂತಾದ ಪ್ರಮುಖ ಸಹಕಾರಿ

ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿವೆ. ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಬಹಳ ಚುರುಕಿನಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಮಂದವಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ಮುನ್ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ ಜನರಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಬಗ್ಗೆ ಇರುವಂತಹ ಅಭಿಮಾನ ಕಾಳಜಿ ಮತ್ತು ದೃಢವಾದ ಮನೋಭಾವ ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ ಮತ್ತು ಉತ್ತರ ಕರ್ನಾಟಕದ ರೈತರು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಕೃಷಿಯನ್ನೆ ಅವಲಂಬಿಸಿ ಬದುಕುವವರಾಗಿದ್ದು, ಇವರುಗಳಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ತತ್ವವನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುವ ಆಸಕ್ತಿ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದು, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಸವಲತ್ತುಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡು ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮನ್ನು ಪೂರ್ಣಕಾಲಿಕವಾಗಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇದರಿಂದ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಆ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಕೃಷಿ ಮೇಳಗಳಾಗುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ ಮತ್ತು ಉತ್ತರ ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೇ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಳಿಗೆಗಳನ್ನು ತೆರೆದಿದ್ದು, ವಿಧವಿಧವಾದ ಕರಕುಶಲ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಅಡಿಕೆ ಸುಲಿಯುವ ಯಂತ್ರಗಳನ್ನು ಕೃಷಿಗೆ ಪೂರಕವಾದ ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಕೃಷಿಯುತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸಹಕಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಇದು ಇಲ್ಲಿನ ಕೃಷಿಕರ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಮನೋಭಾವದ ತೀಕ್ಷ್ಣತೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ.

ಆದರೆ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮುಖ್ಯ ಕಸುಬಾಗಿ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದರೂ ತಮ್ಮ ಕುಟುಂಬದ ಇತರ ಸದಸ್ಯರು ಇನ್ನಿತರ ಉಪವೃತ್ತಿಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಕೊಂಡತೆ ಯುವ ಪೀಳಿಗೆಯ ಕೃಷಿಕರು ಬಹಳ ಕನಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆ (ಮಕ್ಕಳು) ಕೃಷಿಕರಾಗಿ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಿರುವುದು ಬಹಳ ಕಡಿಮೆ. ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ತಾಂತ್ರಿಕ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಇನ್ನಿತರ ಸೇವಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಯುವ ಪೀಳಿಗೆ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಿದ್ದು, ಇರುವಂತಹ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಹುಮ್ಮಸ್ಸು ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಕಾರಣಗಳಿಂದಾಗಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿನ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳೊಂದಿಗೆ ಕೃಷಿಕರ ಒಡನಾಟ ಬಹಳ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

ಆದುದರಿಂದ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ತನ್ನ ಕಡೆಗೆ ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿಲ್ಲ.

ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದಿದ್ದರೂ, ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿವೆ. ಆದುದರಿಂದ ಇಂದು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಕೈಯಲ್ಲಿ ಕೈಗೊಂಬೆಯಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳೇ ಹೆಚ್ಚು. ಆದರೆ ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಕುಸಿತ ಬಂದಾಗ, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಸ್ಥಿರತೆಗೆ ತಂದಂತಹ ಉದಾಹರಣೆಗಳಿವೆ. ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಕುಸಿತ ಉಂಟಾದಾಗ, 1972ರಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ ಎಂಬ ಸಹಕಾರಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಸ್ಥಿರತೆಗೆ ತಂದು ಇದೀಗ ಬೃಹತ್ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. 2000-2001 ನೇ ಇಸವಿಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಕುಸಿತ ಕಂಡು ಬಂದಾಗ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಒಟ್ಟು ಸೇರಿ 'ಮಾಸ್' ಎಂಬ ಇನ್ನೊಂದು ಸಹಕಾರಿಯ ಉದಯವಾಯಿತು. ದಿನಾಂಕ 10-10-2001 ರಂದು ಮಂಗಳೂರು ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸೌಹಾರ್ದ ಎಂಬ ಹೆಸರಿನೊಂದಿಗೆ 2006ನೇ ಸಾಲಿನ ಫಬ್ರವರಿಯಲ್ಲಿ 'ಮಂಗಳೂರು ಕೃಷಿಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ' ಎಂದು ಮರುನಾಮಕರಣಗೊಂಡು ಇದೀಗ 4,754 ಸದಸ್ಯರುಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡು ಬೈಕಂಪಾಡಿಯ ಎಪಿಎಂಸಿ ಪ್ರಾಂಗಣದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯ ಕಛೇರಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಿದೆ.

ಈ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಅಡಿಕೆ ನೇರ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತು. ಆದರೆ ಕೆಲವೊಂದು ಆಡಳಿತಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರಿಕ ಅಡಚಣೆಗಳಿಂದಾಗಿ ಅಡಿಕೆಯ ನೇರ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಹಿರಂಗವಾಗಿ ಅಳವಡಿಸಲು ಕಷ್ಟವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆದರೂ ಈ ಸಂಸ್ಥೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತಾಲೂಕು ಅಡಿಕೆ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪನೆಗೊಳಿಸಿ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಖರೀದಿಸಿ ಪ್ರಧಾನ ಕಛೇರಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕರಣೆಗೊಳಿಸಿ ಗುಜರಾತ್ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರ ಅಡಿಕೆ ಅನುಭೋಗ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಗೆ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ಗಾತ್ರಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಿದ ಅಡಿಕೆಯ ರವಾನೆಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹಣಕಾಸು ನಿಲುವನ್ನು (Financial Position) ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಮಾಸ್‌ನ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಮತ್ತು ಒಂದು ಬೃಹತ್ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿ ಹೊರಹೊಮ್ಮುವ ಲಕ್ಷಣಗಳು

ಕಂಡುಬಂದಿವೆ. ದ್ರವ್ಯತಾ ಅನುಪಾತದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆ, ಗರಿಷ್ಠ ದ್ರವ್ಯತಾ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹಣಕಾಸಿನ ನಿಲುವಿನಲ್ಲಿ ಆವರ್ತಗಳು ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದ್ದು, ಅತಿಯಾಗಿ ಏರುತ್ತಿರುವ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚವೇ ಇದಕ್ಕೆ ಮೂಲ ಕಾರಣ ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 4,754 ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾಸ್‌ನ ಸದಸ್ಯತ್ವವನ್ನು ಪಡೆದಿದ್ದು, ಒಟ್ಟು ಪಾಲು ಬಂಡವಾಳ ರೂ.1,09,80,000/- ಜಮೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದರ ವಾರ್ಷಿಕ ಮಾರಾಟ 2005-06 ರಲ್ಲಿ ರೂ.8,00,62,777 ರೂಪಾಯಿಗಳಿಷ್ಟಿದ್ದು, 2009-10ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ 17,14,19,244 ರೂಪಾಯಿಗಳಿಗೆ ಏರಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಿವೆ.

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಈ ಎರಡೂ ಕಡೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಅಡಿಕೆಗೆ ಅಧಿಕಧಾರಣೆ ಮತ್ತು ಅತಿ ಸುಲಭ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿಕ್ರಯಗೊಳಿಸುವ ಸೌಲಭ್ಯ ಇದ್ದ ಕಡೆಗೆ ತಮ್ಮ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತಾರೆ. ಆದುದರಿಂದ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡದ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಸದಸ್ಯರಾಗಿದ್ದರೂ ಬಹಳ ಕನಿಷ್ಟ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿರುತ್ತಾರೆ. ಎಂದು ಕಂಡುಬಂದಿದ್ದು, ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರನ್ನು ವಿವಿಧ ಕಾರಣಗಳಿಂದ ಬಯಸುತ್ತಾರೆ.

ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಅವರವರ ಅನುಕೂಲಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಮತ್ತು ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಆಗಾಗ ಅತೀ ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದು, ರೈತರು ತಮ್ಮ ಚಿಕ್ಕ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಹಿಂಜರಿಯುತ್ತಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸಹಕಾರಿ ಅಡಿಕೆ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಅತೀ ಚಿಕ್ಕ ಮತ್ತು ಅಂಚಿನ ರೈತರು ತಮ್ಮ ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಕೊಂಡೊಯ್ಯದೆ ಖಾಸಗಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿ ಸಂತೃಪ್ತರಾಗಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

ಶಿಕ್ಷಣ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಬಿರುಸಾದ ಕ್ರಾಂತಿಯಾಗುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಇಂದು ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಉನ್ನತ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದ್ದು, ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ

ಸಂಖ್ಯೆ ಕ್ಷೀಣಿಸಲು ಸಾಧ್ಯತೆಯಿದ್ದು, ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿದವರು ಸಾಮಾನ್ಯ ಮಧ್ಯಮ ಪ್ರಾಯದವರಾಗಿದ್ದು, ತಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆ ಕೃಷಿಕರಾಗದೆ, ತೃತೀಯ ರಂಗಗಳಲ್ಲಿ ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದ ಕಾರ್ಮಿಕರಾಗಿ ಹೊರಬರುತ್ತಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖನೀಯ. ಇದಲ್ಲದೆ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಮಕ್ಕಳೂ ಕೂಡ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡು ಅನ್ಯ ರಂಗಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು, ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರಿಗೂ ಅಭಾವ ತಂದೊಡ್ಡಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಬಹಳ ದುಬಾರಿಯಾಗುವ ಅಂಚಿನಲ್ಲಿ ಮುನ್ನಡೆಯುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಭೂಹಿಡುವಳಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಅತೀ ಸಣ್ಣ ಭೂಹಿಡುವಳಿ ಹೊಂದಿರುವ ಕೃಷಿಕರೇ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಕೃಷಿಯನ್ನು ಆಧುನೀಕರಣ ಮತ್ತು ಯಾಂತ್ರೀಕರಣಗೊಳಿಸಲು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಯೋಗ್ಯವಾಗಿಲ್ಲ. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಲಾಭಾದಾಯಕತೆ (Profitability) ಯನ್ನು ಅಧಿಕಗೊಳಿಸಲು ಸಾಂದ್ರ ವ್ಯವಸಾಯ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು (Intensive Cultivation Method) ಅಳವಡಿಸುವುದು ಸೂಕ್ತ ಎಂದು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಜನಸಂಖ್ಯಾ ನಿಯಂತ್ರಣದ ಬಗ್ಗೆ ಕಾಳಜಿಯಿದ್ದು, ಅತೀ ಕನಿಷ್ಟ ಮಕ್ಕಳನ್ನು (1 ರಿಂದ 2 ಮಾತ್ರ) ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದು ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗುದಲ್ಲದೆ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟದ ಸುಧಾರಣೆಗೂ ಎಡೆ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಮಕ್ಕಳ ಪ್ರಮಾಣ ಕಡಿಮೆ ಇರುವಾಗ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಉತ್ತಮ ದರ್ಜೆಯ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ನೀಡಿ ಕುಟುಂಬದ ಖರ್ಚನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಿ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಮಕ್ಕಳು ವಿದ್ಯಾವಂತರಾಗಿ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡು ಗಳಿಕೆಯನ್ನು ಆರಂಭಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಕೃಷಿಯ ಉತ್ಪತ್ತಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವುಂಟಾಗಿ ಕೃಷಿಕರ ಜೀವನಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಗೊಂಡು ಸರ್ವತೋಮುಖ ಏಳಿಗೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಒಂದು ಭಾಗವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸುತ್ತದೆ.

ನೀರಾವರಿ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಕೊಳವೆ ಬಾವಿ ಮತ್ತು ಬಾವಿಗಳೆರಡನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದು, ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ಕೊಳವೆ ಬಾವಿಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಕೊಳವೆ

ಬಾವಿಗಳನ್ನು ದೀರ್ಘಕಾಲ ಬಾಳಿಕೆ ಬರುವಂತಹ ನೀರಿನ ಮೂಲಗಳಲ್ಲ. ಕೊಳವೆ ಬಾವಿಗಳ ಅತಿಯಾದ ಬಳಕೆಯಿಂದ ಅಂತರ್ಜಲ ಬರಿದಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ಹೆಚ್ಚು. ಅಲ್ಲದೇ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸರಕಾರ ಸಹಾಯಧನದ ರೂಪದಲ್ಲಿ ವಿದ್ಯುತ್‌ನ್ನು ಕಡಿಮೆ ದರದಲ್ಲಿ ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರು ವಿದ್ಯುತ್ ಪಂಪ್‌ಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಾರೆ. ಕಡಿಮೆ ದರದಲ್ಲಿ ವಿದ್ಯುತ್ ಪೂರೈಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಅನಿಯಮಿತವಾಗಿ ಕೊಳವೆ ಬಾವಿಗಳು ಬಳಕೆಯಾದಲ್ಲಿ, ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಅಂತರ್ಜಲದ ಕೊರತೆಯಿಂದ ಕೃಷಿಕರು ಬವಣೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುವ ಸಂದರ್ಭಗಳು ಕಂಡು ಬರಬಹುದು. ಆದುದರಿಂದ ಕೃಷಿಕರು ಈ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತರಾಗಬೇಕಾಗಿದ್ದು, ಬಾವಿಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಕೊಳವೆ ಬಾವಿಗಳಿಗೆ 'ಜಲಮರುಪೂರಣ' ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಬೇಕಾಗಿರುವುದು ಆದ್ಯ ಕರ್ತವ್ಯ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತನ್ನ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ತಿಳಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಸರಕಾರ ಸಹಾಯಧನವನ್ನು ನೀಡಿ, ಈ 'ನೀರಿಂಗಿಸುವಿಕೆ' (Water Conservation Project) ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸುವಂತೆ ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಬೇಕಾದುದು ಯೋಗ್ಯ ಎಂದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಕರು 'ಪರಿಸರ ಸಂರಕ್ಷಕರಾಗಿ' ಸುಸ್ಥಿರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ (Sustainable Development) ಯ ಪ್ರೇರಕರಾಗಿ ಕಾರಣ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ.

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ತನ್ನ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಿಶ್ರ ವ್ಯವಸಾಯ ಪದ್ಧತಿ (Multiple Crop System) ಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಹೂಡುವಳಿಗಳನ್ನು (input) ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡುವ ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಭೌಗೋಳಿಕ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲು ಪೂರಕವಾದ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರ ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿರುವುದು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯದ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದರಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆಗಳಾದ ತೆಂಗು, ಕೋಕೋ, ಕಾಳುಮೆಣಸು ಮತ್ತು ಕಾಡುತ್ಪತ್ತಿಯಾದ ರಬ್ಬರನ್ನು ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದು, ಹೈನುಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ಸಾರ್ವತ್ರಿಕವಾಗಿ ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳು, ಕೋಳಿ ಸಾಕಣೆ, ಹಂದಿ ಸಾಕಣೆ, ಭತ್ತದ ಕೃಷಿ, ಜೇನು ಸಾಕಣೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಬದಲೀ ಆದಾಯವನ್ನು ಒಂದೆಡೆ ನೀಡಿದರೆ, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿರುವ ಗೊಬ್ಬರ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರ ಹೂಡುವಳಿ (Input) ಗಳನ್ನು ಇನ್ನೊಂದೆಡೆಯಲ್ಲಿ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಏರುಪೇರಾದರೂ,

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಕಡಿಮೆ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಈ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಜೀವನಮಟ್ಟವನ್ನು ಸ್ಥಿರತೆಯಲ್ಲಿ ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದ್ದು, ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ನಿರಾಶಾವಾದಿಗಳು (Pessimists) ಆಗಲು ಇಲ್ಲಿ ಅವಕಾಶವಿಲ್ಲದಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

ಕೃಷಿಕರ ಆದಾಯದ ಬಗ್ಗೆ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿರುವುದನ್ನು ಕೃಷಿಕರು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡಿದ್ದು, ಜೀವನಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಯಾಗಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ 1996-97ರ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ತೀವ್ರವಾದ ಹೆಚ್ಚಳ ಕಂಡು ಬಂದಾಗ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ವಿಸ್ತರಣೆ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ, ಭತ್ತದ ಗದ್ದೆಗಳೆಲ್ಲವೂ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ತೋಟಗಳಾಗಿ ಪರಿವರ್ತನೆಯಾದವು. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತರಣೆಗೊಂಡಂತಹ ಕೃಷಿ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಪೂರ್ಣ ಇಳುವರಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾದಾಗ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ ಕಂಡು ಬಂದಿರುವುದು ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಮಕ್ಕಳು ಉತ್ತಮ ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆದು ಈ ಜಾಗತೀಕರಣದ ಪ್ರಭಾವದಿಂದಾಗಿ ತೃತೀಯ ರಂಗದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಪಡೆದು ಗಳಿಸಿದ ಆದಾಯವೂ ಪೂರಕವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿತು. ಆದರೆ ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ರೈತರು ತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಕಂಡಿಲ್ಲ. ಇದಕ್ಕೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಅಸ್ಥಿರತೆ ಇಂತಹ ವಿದ್ಯಮಾನಗಳಲ್ಲಿ ರೈತರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಆದಾಯದ ಬಗ್ಗೆ ಅಂದಾಜು ಮಾಡಲು ಅಸಾಧ್ಯವಾದ ಕಾರಣ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾಡಲು ಅಸಾಧ್ಯ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ಸ್ಥಿರತೆಯ ಬೆಲೆ ನಿಗದಿಯಾಗಬೇಕು. ಮತ್ತು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಭವಿಷ್ಯದ ಆದಾಯವನ್ನು ಅಂದಾಜಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಬೇಕು ಆಗ ಮಾತ್ರ ಅಡಿಕೆ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಲಾಭದಾಯಕ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯ.

ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಅದರೆ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೂಲಿ ದರ ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದು, ಕೂಲಿ ದರ ಅನುಗುಣವಾದ ದಕ್ಷತೆ ಇಂದು ಕಾರ್ಮಿಕರಲ್ಲಿ ಸಿಗುವುದಿಲ್ಲ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆ ತೀರಾ ಕಡಿಮೆಯಿದ್ದು, ಈ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅತೀ ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೆ ದಿನ ನಿತ್ಯ ಕೂಲಿ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಬಳಸಲು ಅಸಾಧ್ಯವಾಗಿದ್ದು, ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದ ರೈತರು ದಿನಗೂಲಿಯನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ತನ್ನ ಕುಟುಂಬದ ಸದಸ್ಯರ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ರೈತರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿಯಿದ್ದು, ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಆಗಾಗ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶ. ತನ್ನ ಅನುಕೂಲತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯತೆಗೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಮಯವನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸದೆ ಆಗಾಗ ಅಲ್ಪಪ್ರಮಾಣದ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಬಹುತೇಕ ರೈತರ ನಡವಳಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಬಹಳ ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದ ಆಗಾಗ ಮಾರಲ್ಪಡುವುದರಿಂದ ಸುಲಭವಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಸಮಯದಲ್ಲಿ ದೊರಕುವ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಅವಲಂಬಿತರಾಗಿದ್ದು, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಲಕ್ಷಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ.

ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಬೆಲೆಯನ್ನು ಅಡಿಕೆಗೆ ನಿಗದಿಗೊಳಿಸಿ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು, ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಪ್ರಾಬಲ್ಯವನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಖಾಸಗಿಯವರಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ ಕೊಡುವಂತೆ "ಮೋಡಿ" ಮಾಡುವ ಯಕ್ಷಿಣಿಗಾರರಂತೆ ವರ್ತಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಒಂದು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ಫಲಿತಾಂಶ ಆಗಿದೆ.

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಸಮೀಪದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಒಣಗಿಸಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಮಾನವ ಶ್ರಮದಿಂದ ಸುಲಿದು ಮತ್ತು ಇನ್ನು ಕೆಲವರು ಯಂತ್ರಗಳ ಮೂಲಕ ಸುಲಿದು ಚಾಲಿಯನ್ನಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸಿ, ಗುಣಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಸಾಮಾನ್ಯ ವಿಷಯವಾಗಿದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರು ಅಡಿಕೆ ಸಾಗಾಟಕ್ಕಾಗಿ ತ್ರಿಚಕ್ರ ವಾಹನಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಖಾಸಗಿ ಚತುಷ್ಚಕ್ರ ವಾಹನಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶ. ಆದುದರಿಂದ ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತ್ರಿಚಕ್ರ ವಾಹನಗಳ ವಾರೀಸುದಾರರಿಗೆ, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ಆದಾಯದ ಹಂಚಿಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಒಂದು ತಾರ್ಕಿಕ ವಿಷಯ. ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಸರಕನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಗೆ ಸರಕಾರದಿಂದ ಸಿಗುವಂತಹ ಸಹಾಯಧನವನ್ನು ಪಡೆಯುವಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ತೋರಿಸದೆ ಇರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಬೆಳಕಿಗೆ ಬಂದಿದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಾಗುವಂತಹ ಬೆಲೆಯ ಆವರ್ತಗಳಿಗೆ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದು, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಅಸಮರ್ಥತೆ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ವಿಷವರ್ತುಲಗಳೇ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣ ಎಂದು ಸೂಚಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳು ಮತ್ತು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಬಹಳ ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ತನ್ನ ಕಡೆಗೆ ಸೆಳೆಯುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ತಮ್ಮ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಮತ್ತು ಸದಸ್ಯರೇತರ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ತನ್ನ ಕಡೆಗೆ ಸೆಳೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಆಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಕರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಿ ಸಹಕಾರಿ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಪೂರಕವಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಹಮ್ಮಿಕೊಂಡು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದಕರನ್ನು ತನ್ನ ಕಡೆಗೆ ಆಕರ್ಷಿಸಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಚಾರ ಕೊಟ್ಟು ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಯತ್ನಗಳಾಗಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಇಂದು ಅನೇಕ ಸಣ್ಣ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ತನ್ನ ಸರಕನ್ನು ವಿಕ್ರಯಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಹಿಂಜರಿಯುತ್ತಿದ್ದು, ಒಂದು ರೀತಿಯ ಕೀಳು ದರ್ಜೆಯ ಮನೋಭಾವ (Inferior Complex) ಹೊಂದಿರುವುದು ಕಂಡ ಬಂದಿದೆ. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಕೇವಲ ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದ ರೈತರಿಗೆ ಮೀಸಲಾಗಿಟ್ಟ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು ಎಂಬ ಭಾವನೆಯಿರುವುದರಿಂದ ಸಣ್ಣ ಕೃಷಿಕರು ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಸ್ಪಂದನೆ ನೀಡದಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕೀಳು ದರ್ಜೆಯ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಿ ಜನರಿಗೆ ಸುಲಭ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಲಭ್ಯವಾಗುವಂತೆ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆಗೆ ಇನ್ನು ಪ್ರಯತ್ನಗಳಾಗಬೇಕಾಗಿದ್ದು, ಸಹಕಾರಿ ಮತ್ತು ಸರಕಾರಿ ರಂಗಗಳು ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆಗೆ ಪೂರಕವಾದ ಸಂಶೋಧನೆಗೆ ಒತ್ತನ್ನು ನೀಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧಕರಿಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡಬೇಕು ಎಂದು ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುತ್ತದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಉತ್ಪಾದನಾ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಅನುಭವಿಸುವುದರಿಂದ ಇಂದು ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನು ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಸ್ಥಿರತೆಯಿರುವುದೇ ಮುಖ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಿದ್ದು, ಇಂದಿನ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯು ಕೂಡ ಸ್ವಲ್ಪ ಮಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಏರಬೇಕಾಗಿದೆ. ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಪ್ರಬಲತೆಯನ್ನು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಿದರೆ ಸಹಕಾರಿಗಳು ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸ್ಥಿರತೆಯಲ್ಲಿಡಬಹುದು ಎಂದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ತಿಳಿದು ಬಂದಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿಗಳು ಕೂಡ ತಲುಪಬೇಕು ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿಗಳು ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವಂತಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಬೇಕು.

ಮಾಸ್, ಒಂದು ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಬೆಳೆದ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆ ಕ್ಯಾಂಪ್ಕೊ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಪ್ರತಿ ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಮೂಲಕವಾಗಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಉತ್ಪನ್ನವಾದ ರಬ್ಬರನ್ನೂ ಕೂಡ ಕೆಲವು ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಸುತ್ತಿದೆ. ಈ ಸಹಕಾರಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರೂ, ಕೂಡ ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನರಿಗೆ ಇದರ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಚಾರ ಇನ್ನೂ ಸಿಕ್ಕಿಲ್ಲ. ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ವ್ಯಾಪಕ ಪ್ರಚಾರ ಜನರಿಗೆ ನೀಡಬೇಕಾಗಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ನೇರ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಬೇಕೆಂದು ಕೃಷಿಕರಿಂದ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಬಂದಿರುತ್ತದೆ. ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' ಒಂದು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾದ ಬದಲಾವಣೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದ್ದು, ಇದರ ಸದಸ್ಯರೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಮಾಸ್ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ ನುರಿತ ಮತ್ತು ಅನುಭವೀ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳನ್ನು ನೇಮಕ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿರುವುದು ಒಂದು ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶ. ಆದುದರಿಂದ, ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದಕರಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಿ ಸಹಕಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ, ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ದಲ್ಲಾಳಿ ವರ್ತಕರ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಬಹುದು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾಸ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಹೆಚ್ಚು ಸೂಕ್ಷ್ಮಗ್ರಾಹಿ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿ ಸಹಕಾರಿ ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನು ತನ್ನ ಸದಸ್ಯರ ಮೂಲಕ ಆರಂಭಿಸಬೇಕು. ತನ್ನ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣ ಯೋಜನೆಯ ಕೇಂದ್ರ ಬಿಂದುವಾಗಿರಿಸಿ ಈ ಸದಸ್ಯರುಗಳಲ್ಲಿ ಮೊದಲು ಸಹಕಾರಿ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಬಿತ್ತರಿಸಿ ಪ್ರತಿ ಸದಸ್ಯನೂ ಕೂಡ ಸಹಕಾರಿ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅಂತರ್ಗತಗೊಳಿಸುವಂತೆ ಪೂರಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಹಮ್ಮಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾಸ್ ಸದಸ್ಯರೆಲ್ಲರು ತಮ್ಮ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾಸ್‌ಗೆ ಒದಗಿಸಿದಲ್ಲಿ, ಸಹಕಾರಿಯೂ ಕೂಡ ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡಿ,

ಸದಸ್ಯರ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಈಡೇರಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಫಲತೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದೆಂಬ ಭರವಸೆ, ಈ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾಸ್‌ನಂತೆ ಉಳಿದಂತಹ ಸಹಕಾರಿಗಳು ಕೂಡ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಇಳಿದು ಬೆಳೆಗಾರರೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಪರ್ಕ ಬೆಳೆಸಿ, ಅಡಿಕೆ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು ವೃದ್ಧಿಸಿದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳ ಪಾಲು ಕನಿಷ್ಠಗೊಂಡು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ನ್ಯಾಯ ಬೆಲೆ ಲಭಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಬಹುದು.

ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ, ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ, ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು 'ಮಾಸ್' ಇತ್ಯಾದಿ ಆರ್ಥಿಕ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಕ್ಷೇತ್ರ ಅಧ್ಯಯನದ ಮೂಲಕ ಬಹಳ ವಿಸ್ತಾರವಾಗಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದ ನಂತರ ಈಗಾಗಲೇ ನಿರ್ಧರಿಸಿದ ಪೂರ್ವಾಭಿಪ್ರಾಯಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಸಹಕಾರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಾಧ್ಯ ಎಂಬ ತೀರ್ಮಾನವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಂಶಗಳ ಮೂಲಕ ಪುಷ್ಟೀಕರಿಸಬಹುದು.

ಸಹಕಾರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಾಧ್ಯ, ಈ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧದ ಪೂರ್ವಾಭಿಪ್ರಾಯಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿರುವ ಅಂಶಗಳು :

1. ಒಂದು ದೇಶದ ಜನರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟದ ಸುಧಾರಣೆಯೊಂದಿಗೆ ತಲಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಹೆಚ್ಚಳವೇ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ.

2. ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಫಲವನ್ನು ಆ ದೇಶದ ಬಹುತೇಕ ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿದಾಗ ಮತ್ತು ನಗರೀಕರಣದ ತೀವ್ರತೆಯನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಿದಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬಹುದು ಎಂಬ ಅಂಶವನ್ನು ಭಾರತ ದೇಶಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟು ವಿವರಿಸಬಹುದು.

3. ಒಂದು ದೇಶದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಮತ್ತು ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳೆರಡೂ ಇದ್ದು, ಈ ಎರಡೂ ಪ್ರದೇಶಗಳೊಳಗೆ ಪರಸ್ಪರ ಸಾಮರಸ್ಯವಿದ್ದು, ಒಂದಕ್ಕೊಂದು ಪೂರಕವಾಗಿ ಬೆಳೆದಾಗ, ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಬಹಳ ತೀವ್ರಗತಿಯಲ್ಲಿ ಆಗಬಹುದು. ಈ ಎರಡೂ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೂಲಕ ಬೆಸೆಯಬಹುದು. ಆದುದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ದಕ್ಷತೆ ಕಂಡು ಬಂದಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣ ಕ್ಷೇತ್ರ (Rural Sector) ಮತ್ತು ನಗರ ಕ್ಷೇತ್ರ (Urban Sector) ಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಪ್ರಬಲವಾಗಿ ಬೆಸೆದುಕೊಂಡು ಗ್ರಾಮೀಣ

ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಗರಿಷ್ಠ ಬೆಲೆ ಲಭಿಸಿ, ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳಗೊಂಡು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪ್ರೇರಕವಾಗುತ್ತದೆ.

4. ನಗರ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಫಲ ಗರಿಷ್ಠ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಸೂಕ್ತವಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ನಗರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳನ್ನು ಬೆಸೆದುಕೊಂಡು ನಗರ ಪ್ರದೇಶದಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಸಂಪತ್ತುಗಳ ವರ್ಗಾವಣೆಗೆ ಒಂದು ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿ ಕರ್ತವ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಸಹಕಾರಿ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾದಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಸಾಧ್ಯ ಎಂಬುದನ್ನು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

5. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಬೆಳೆಗಾರರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಿ ನ್ಯಾಯ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕೊಡುವುದರಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತನ್ನದೇ ಆದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

6. ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲವೊಂದು ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿವೆ. 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾದಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗುವುದರಲ್ಲಿ ಸಂದೇಹವಿಲ್ಲ.

7. ಆದುದರಿಂದ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿನ ನ್ಯೂನತೆಗಳನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಿ, ಧನಾತ್ಮಕವಾದ ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಂಡು, ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲೇಬೇಕಾಗಿದೆ. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿ ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ಮೈಗೂಡಿಸಿಕೊಂಡು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಒಂದು ಸಾಧನವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿ ಇಡೀ ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತದೆ.

ಈಗಾಗಲೇ ಚರ್ಚಿಸಿದ ಅಂಶಗಳ ಒಟ್ಟು ಸಾರಾಂಶವನ್ನು ಈ ಮುಂದೆ ನೀಡಿರುವ ವಿವರಗಳ ಮೂಲಕ ಖಚಿತಗೊಳಿಸಬಹುದು.

1. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ಕೃಷಿಕರು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಮುಖ್ಯ ಕಸುಬನ್ನಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

2. ಮಧ್ಯಮ ಪ್ರಾಯದ ಕೃಷಿಕರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದ್ದು, ಯುವ ಜನರು ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಿಂದ ದೂರ ಸರಿಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

3. ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆದಂತಹ ಕೃಷಿಕರ ಮಕ್ಕಳು, ತಮ್ಮನ್ನು ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ನಿರಾಕರಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಶಿಕ್ಷಣವು ಕೇವಲ ದ್ವಿತೀಯ ಮತ್ತು ತೃತೀಯ ರಂಗಗಳಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಪೂರಕ ಎಂಬ ಮನೋಭಾವ ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.

4. ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಉತ್ತಮ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಭವಿಷ್ಯದ ಪೀಳಿಗೆ, ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯನ್ನು ತ್ಯಜಿಸಿ ದ್ವಿತೀಯ ಮತ್ತು ತೃತೀಯ ರಂಗದ ವೃತ್ತಿಗಳಿಗೆ ವಲಸೆ ಹೋಗುವ ಸಂಭವವಿದೆ.

5. ಉನ್ನತ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಪಡೆದಂತಹ ಕೃಷಿಕರ ಸಂಖ್ಯೆ ಕನಿಷ್ಠವಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಕೃಷಿಯ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿಯುವಿಕೆಗೆ ತಡೆಯಾಗಿದೆ.

6. ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿಕರ ಆದಾಯದ ಮೂಲ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯಾಗಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆ, ಕೃಷಿಕರ ಜೀವನಮಟ್ಟ ಅನುಭೋಗ, ಉತ್ಪಾದನೆ, ವಿತರಣೆ, ವಿಕ್ರಯ ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಪಟ್ಟಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುತ್ತದೆ.

7. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ವಾರ್ಷಿಕವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದೆ.

8. ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದು, ವಾರ್ಷಿಕ ವರಮಾನದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

9. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರ ಕುಟುಂಬದ ಗಾತ್ರ ಚಿಕ್ಕದಾಗಿದ್ದು, ಜೀವನಮಟ್ಟವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಅವಕಾಶಗಳಿವೆ.

10. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಖಾಯಂ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಂಡಿಲ್ಲ.

11. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಆಗಾಗ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದು, ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

12. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಮತ್ತು ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

13. ರೈತರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಸದಸ್ಯತ್ವವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದರೂ, ವಿವಿಧ ಕಾರಣಗಳಿಂದ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಖಾಸಗೀ ವರ್ತಕರಿಗೆ ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

14. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ತತ್ವದ ಬಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮಾಹಿತಿಯ ಕೊರತೆಯಿದೆ.

15. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಅಸ್ಥಿರತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಸಮಾಧಾನ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

16. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಕರ ಕುಟುಂಬದ ಗಾತ್ರ ಚಿಕ್ಕದಾಗಿದ್ದು, ಜೀವನಮಟ್ಟವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಅವಕಾಶಗಳಿವೆ.

17. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯ ಅಸ್ಥಿರತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಸಮಾಧಾನ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

18. ಬಹುತೇಕ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಆಶಾವಾದವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.

19. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ಬೆಳೆಗಾರರೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಪರ್ಕ ಬೆಳೆಸಿ, ಅಡಿಕೆ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು ವೃದ್ಧಿಸಿದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸಫಲತೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು.

20. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ಮೈಗೂಡಿಸಿದಾಗ, ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಒಂದು ಸಾಧನವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿ ಇಡೀ ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತದೆ.

7.2. ಸಲಹೆಗಳು:

'ಮಾರುಕಟ್ಟೆ' ಮತ್ತು 'ಮಾರಾಟ' ಹಾಗೂ 'ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ' ಈ ಮೂರು ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು ಒಂದನ್ನೊಂದು ಬೆಸೆದುಕೊಂಡು ಪರಸ್ಪರ ಪೂರಕ ಅಂಶಗಳಾಗಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾದಾಗ ಉತ್ಪಾದಕರು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡು ತಮ್ಮ ಬಯಕೆಗಳನ್ನು ಸಂತೃಪ್ತಿ ಪಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಫಲರಾಗಬಹುದು. ಆದುದರಿಂದ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿನ ನ್ಯೂನತೆಗಳನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಿ, ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

1. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳು ವಾರದ ಎಲ್ಲಾ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕು.

2. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ನುರಿತ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳ ನೇಮಕವಾಗಬೇಕು ಮತ್ತು ಈ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳಿಗೆ ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಕಾಲ ಕಾಲಕ್ಕೆ ನೀಡಬೇಕು.

3. ಖರೀದಿ ಕೇಂದ್ರಗಳು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಸ್ಥಿರವಾದ ಸ್ವತಂತ್ರ ನಿವೇಶನವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಗ್ರಾಹಕರು ಅದನ್ನು ಗುರುತಿಸುವಂತಿರಬೇಕು.

4. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅಡಿಕೆಯ ನೇರ ಮಾರಾಟ (Direct Marketing) ತಂತ್ರವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನು ಮೂಡಿಸಬೇಕು.

5. ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಆಗುವಂತಹ ರಾಜಕೀಯ ಪ್ರವೇಶದ ಮೇಲೆ ಕಡಿವಾಣ ಹಾಕಬೇಕು.

6. ಅನಗತ್ಯವಾಗಿ ಸರಕಾರದ ನೀತಿಗಳು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಬಾರದು ಮತ್ತು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ ಅಂಗಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಸರಕಾರ ಹಸ್ತಕ್ಷೇಪ ಮಾಡಬೇಕು.

7. ಜಾತಿ, ಮತ, ಧರ್ಮ ಹಾಗೂ ಇನ್ನಿತರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂಶಗಳಿಂದ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ದೂರವಿದ್ದು, 'ಸಹಕಾರಿ' ಮನೋಭಾವನೆಯಿಂದ ಮುಮದುವರಿಯಬೇಕು.

8. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಸದಸ್ಯರ ಸಮಾವೇಶಗಳನ್ನು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳೇ ಏರ್ಪಡಿಸಬೇಕು.

9. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತಮ್ಮ ಶಾಖೆಗಳು ಇರುವಲ್ಲಿ ತಮ್ಮದೇ ಆದ 'ಸಂಚಾರಿ ವಾಹನ' ದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮಾಡಿ, ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಸಂಪರ್ಕಿಸಿ, ಸಂಚಾರಿ ವರ್ತಕರ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಬಹುದು.

10. ಅಡಿಕೆ ಬಳಸುವ ವಿವಿಧ ರಾಜ್ಯಗಳ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹಾರಿಕ ಒಪ್ಪಂದಗಳನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಪರಸ್ಪರ ವಿಕ್ರಯಿಸುವ ಒಂದು ಹೊಸ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕು.

11. ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಬೇಡಿಕೆ ಪೂರೈಕೆ ಬಳಕೆದಾರರ ಅಭಿರುಚಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಸರಕಾರವು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡಬೇಕು.

12. ಅಡಿಕೆ ಮೇಲಿನ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ಸರಕಾರ ಕಡಿತಗೊಳಿಸಿ ಏಕರೂಪದಲ್ಲಿ ಹಾಕುವುದು.

13. ಅಡಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಈಗಾಗಲೇ ಕೆಲವು ತಜ್ಞರು ಸಂಶೋಧಿಸಿದ್ದು, ಸರಕಾರ ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ವಾಣಿಜ್ಯ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಹಸಿರು ನಿಶಾನೆ ನೀಡುವುದು.

14. ಪಂಚಾಯತ್ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮ ಸೇವಕರನ್ನು ನೇಮಿಸಿ ಕೃಷಿಕರ ಬವಣೆಗಳನ್ನು ಸಂಕಷ್ಟಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸರಕಾರಕ್ಕೆ ವರದಿ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಈ ವರದಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಸರಕಾರ ಇದರ ನೇರವಾಗಿ ಸ್ಪಂದಿಸುವುದು.

15. ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದಿನ ಮೇಲೆ ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿಡುವುದು ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷ ದಾರಿಯಲ್ಲಿ ಆಮದಾಗುತ್ತಿರುವ ಅಡಿಕೆಯ ಮೇಲೆ ಸರಕಾರ ತೀವ್ರ ನಿಗಾ ಇಡುವುದು.

16. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಒಟ್ಟು ಸೇರಿ ಒಂದು ಸಂಶೋಧನಾ ಪೀಠವನ್ನು ಸ್ಥಾಪನೆ ಮಾಡಿ, ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯ ಬಗ್ಗೆ ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ನೀಡುವುದು. ಈ ಸಂಶೋಧನಾ ಪೀಠದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿ ಸದಸ್ಯರು, ಕೃಷಿ ಸಂಶೋಧನಾ ಕೇಂದ್ರದ ವಿಜ್ಞಾನಿಗಳು, ಅನುಭವೀ ಕೃಷಿಕರು ಹಾಗೂ ಆರ್ಥಿಕ ತಜ್ಞರುಗಳನ್ನು ನಿಯೋಜಿಸುವುದು.

17. ಭಾರತೀಯ ಕೃಷಿ ಸಂಶೋಧನಾ ಮಂಡಳಿ (Indian Council Agricultural Research) ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿ ಇರುವಂತಹ ಸಂಸ್ಥೆ. ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದು, ಸಂಶೋಧನೆಯ ಫಲವನ್ನು ಸ್ಥಳೀಯ ರೈತರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಗಮನ ನೀಡುತ್ತಿಲ್ಲ. CPCRI ಅಂತಹ ಸಂಶೋಧನಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳು, ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಕೈಗೊಂಡ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಫಲಿತಗಳನ್ನು ರೈತರಿಗೆ ನೀಡುವಂತಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಾಗಬೇಕು. ಇಂತಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಇಳಿದು ಸೌಹಾರ್ದ ಕೂಟಗಳನ್ನು ಏರ್ಪಡಿಸಿ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಮನಮುಟ್ಟುವಂತೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಬಿತ್ತರಿಸುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ನಿರೂಪಿಸಬೇಕು.

ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ 'ಮಾಸ್' (MASS)ನ ಪಾತ್ರ .

(ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ)

ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿ

ಭಾಗ – 1

1. ಹೆಸರು :
2. ವಿಳಾಸ :
3. ಪ್ರಾಯ :
   a. 25 ವರ್ಷಗಳ ಕೆಳಗೆ
   b. 25–40 ವರ್ಷಗಳು
   c. 41–60 ವರ್ಷಗಳು
   d. 60 ವರ್ಷಗಳು ಮೀರಿರುವವರು
4. ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸ :
   a. ಇಲ್ಲ
   b. S.S.L.C. ತನಕ
   c. P.U.C.
   d. ಪದವಿ
   e. ಡಿಪ್ಲೊಮಾ
   f. ಸ್ನಾತಕೋತ್ತರ ಪದವಿ
5. ಮುಖ್ಯ ಕಸುಬು :
6. ಇನ್ನಿತರ ಕಸುಬು :
7. ಇನ್ನಿತರ ಕಸುಬುಗಳಿಂದ ವಾರ್ಷಿಕ ಆದಾಯ:
8. ಒಟ್ಟು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುವ ಪ್ರದೇಶ :
   a. 01 ಎಕ್ರೆಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ
   b. 05 ಎಕ್ರೆಗಳೊಳಗೆ
   c. 05 ರಿಂದ 10 ಎಕ್ರೆಗಳು
   d. 10 ಎಕ್ರೆಗಳಿಂದ ಹೆಚ್ಚು
9. ನೀರಾವರಿ ವಿಧಾನ :
   a. ಸೀಮೆ ಎಣ್ಣೆ ಪಂಪ್
   b. ಡೀಸೆಲ್ ಪಂಪ್

c. ವಿದ್ಯುಚ್ಛಕ್ತಿ ಪಂಪ್

d. ಮಾನವ ಶಕ್ತಿ

10. ನೀರಾವರಿ ಪದ್ಧತಿ : a. ಬಾವಿ

b. ಕೊಳವೆ ಬಾವಿ.

c. ನದಿ/ತೊರೆ

d. ಇತರ

11. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಿಂದ ಬರುವ ವಾರ್ಷಿಕ ಆದಾಯ:

a. ರೂ.10,000 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ

b. ರೂ.10,000 – 40,000

c. ರೂ.41,000 – 60,000

d. ರೂ.60,000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

12. ಕುಟುಂಬದ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ : ರೂ.

13. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಅನುಭವ : a. 10 ವರ್ಷಗಳಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ

b. 10–20 ವರ್ಷಗಳು

c. 21–40 ವರ್ಷಗಳು

d. 40 ವರ್ಷಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

14. ಕುಟುಂಬದ ಸಂಖ್ಯೆ : a. ಪುರುಷ

b. ಸ್ತ್ರೀ

15. ಒಟ್ಟು ಮಕ್ಕಳು : a. ಪುರುಷ

b. ಸ್ತ್ರೀ

16. ಮಕ್ಕಳ ವಿದ್ಯಾರ್ಹತೆ : a. ಪುರುಷ

b. ಸ್ತ್ರೀ

17. ಮಕ್ಕಳ ವೃತ್ತಿ : a. ಪುರುಷ

b. ಸ್ತ್ರೀ

ಭಾಗ – 2

18. ಕೃಷಿ ಮಾದರಿ ಮಾಹಿತಿ :

A. ಭತ್ತ (ಕ್ವಿಂಟಾಲ್) :

B. ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆಗಳು :

C. ಮಿಶ್ರ ಬೆಳೆಗಳು : a. ವೆನಿಲ್ಲಾ (ಕಿ.ಗ್ರಾಂ.)

b. ಕೋಕಾ (ಕಿ.ಗ್ರಾಂ.)

c. ಕಾಳು ಮೆಣಸು

d. ವೀಳ್ಯದೆಲೆ

e. ಅನನಾಸು

f. ಇತರ

D. ತರಕಾರಿ a.

E. ಕೃಷಿ ಸಂಬಂಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು:

a) ಕುರಿ ಸಾಕಣೆ b) ಕೋಳಿ ಸಾಕಣೆ c) ಹೈನುಗಾರಿಕೆ d) ಜೇನು ಸಾಕಣೆ

e) ಮೀನು ಸಾಕಣೆ f) ರೇಶ್ಮೆಗಾರಿಕೆ g) ಇತರ

19. ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿದೆಯೋ?
a) ಹೌದು b) ಇಲ್ಲ

20 ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿದೆಯಾದರೆ ಯಾವ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ?
a) ಕೃಷಿ b) ಸೇವಾ ಕ್ಷೇತ್ರ c) ಇತರ

21. ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಪ್ರತಿ ನಿತ್ಯ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದೀರಾ?

a) ಹೌದು b) ಇಲ್ಲ

22. ಬಳಸುತ್ತಿರುವುದಾದರೆ ಎಷ್ಟು?

a) 0-1 b) 02-04 c) 05-10 d) 11 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

23. ಎಷ್ಟು ಜನ ನಿಮ್ಮ ಕುಟುಂಬದವರು ದಿನನಿತ್ಯ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ?

a) 01 b) 02 c) 03 d) 04 ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚು e) ಇಲ್ಲ

24. ವಾರ್ಷಿಕ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರಮಾಣ ಎಷ್ಟು?

a) 10 ಕ್ವಿಂಟಾಲಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ b) 10-20 ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗಳು c) 21-30 ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗಳು

d) 31-50 ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗಳು e) 50 ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗಳಿಗಿಂತ ಅಧಿಕ

25. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಯಾವ ತಳಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದೀರಿ?

a) ಸ್ಥಳೀಯ b) ಮಂಗಳ c) ಹೀರೇಹಳ್ಳಿ d) ಮೊಹಿತ್ ನಗರ

e) ತೀರ್ಥಹಳ್ಳಿ f) ಶ್ರೀವರ್ಧನ f) ಶ್ರೀಮಂಗಳ g) ಇತರ

26. ಯಾವ ತಳಿಯ ಅಡಿಕೆ ಗಿಡ ಲಾಭದಾಯಕ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತೀರಿ.

a) ಸ್ಥಳೀಯ b) ಮಂಗಳ c) ಹೀರೇಹಳ್ಳಿ d) ಮೊಹಿತ್ ನಗರ

e) ತೀರ್ಥಹಳ್ಳಿ f) ಶ್ರೀವರ್ಧನ f) ಶ್ರೀಮಂಗಳ g) ಇತರ

27. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ನಿಮಗೆ ನೇರ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಿದೆಯಾ?

a) ಹೌದು b) ಇಲ್ಲ

28. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ತಮಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಇದೆಯಾ?

a) ಹೌದು b) ಇಲ್ಲ

1. ಮಾಹಿತಿ ಇದೆಯಾದರೆ ಅವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿಸಿ.

30.ಒಂದು ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ಸಲ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದೀರಿ ?

a) ವಾರ್ಷಿಕ b) ಅರ್ಧವಾರ್ಷಿಕ c) ತ್ರೈಮಾಸಿಕ d) ಆಗಾಗ

31. ಎಲ್ಲಿ ನೀವು ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವಿರಿ ?

a) ಪಟ್ಟಣ b) ಮನೆಯಲ್ಲಿ c) ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ d) ಖಾಯಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ

32. ನಿಮ್ಮ ತಾಲೂಕನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಬೇರೆ ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತೀರಾ?

a) ಹೌದು b) ಇಲ್ಲ

33. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಖಾಯಂ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಂಡಿರುವಿರಾ?

a) ಹೌದು b) ಇಲ್ಲ

34. ಅಡಿಕೆ ಸರಕನ್ನು ನೀವು ಯಾರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತೀರಿ.

a) ಸ್ಥಳೀಯ ವರ್ತಕರು b) ಮಾರವಾಡಿಗಳು c) ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು

d) APMC e) ದಲ್ಲಾಳಿ ವರ್ತಕರು f) ಸಾಹುಕಾರರು

35. ನೀವು ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರುಗಳನ್ನು ಆದ್ಯತೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿದ್ದರೆ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ಕೊಡಿ.

a. ಎಲ್ಲಾ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ, ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ದೊರಕುತ್ತಾರೆ.

b. ಸುಲಭ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿಕ್ರಯ

c. ತಕ್ಷಣ ಹಣ ಪಾವತಿ

d. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಲ್ಲಿ ನೀಡುವ ಬೆಲೆಗಿಂತ ಅಧಿಕ ಧಾರಣೆ

e. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಕಾರ್ಯವೈಖರಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಅಲಭ್ಯ

f. ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರು ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರಿಗೆ ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ ನೀಡುತ್ತಾರೆ.

36. ಈ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರುಗಳಿಂದ ಅಡಿಕೆಗೆ ನ್ಯಾಯ ಬೆಲೆ ಸಿಗುತ್ತದೆ ಅಂದುಕೊಂಡಿದ್ದೀರಾ?

a) ಹೌದು b) ಇಲ್ಲ

37. ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರುಗಳಿಂದ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸೇವೆ ಸಿಗುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸಿಕೊಂಡಿರುವಿರಾ?

a) ಹೌದು b) ಇಲ್ಲ

38. ನೀವು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳನ್ನು ಆದ್ಯತೆಯಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದರೆ ಅವುಗಳನ್ನು ಯಾವ ಗುಣಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿಕೊಂಡಿರುವಿರಿ.

a. ಮದ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಗೆ ಅವಕಾಶವಿಲ್ಲ.

b. ತೂಕ ಮತ್ತು ಅಳತೆಗಳಲ್ಲಿ ದೋಷಗಳಿಲ್ಲ

c. ಗೋದಾಮು ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ಲಭ್ಯತೆ ಇದೆ.

d. ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆ ದೊರೆಯಲು ಅವಕಾಶವಿದೆ.

39. ತಮ್ಮ ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಿಂದ ಮಾರಾಟ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಗೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಾಗಿಸಲು ಯಾವ ರೀತಿಯ ವಾಹನಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತೀದ್ದೀರಿ.

a) ದ್ವಿಚಕ್ರ ವಾಹನ b) ತ್ರಿಚಕ್ರಗಳ ವಾಹನ c) ಚತುಷ್ಚಕ್ರ ವಾಹನ d) ಮಾನವ ಶ್ರಮ

40. ಯಾವ ಮಾದರಿಯ ವಾಹನಗಳನ್ನು ಅಡಿಕೆ ಸಾಗಾಟಕ್ಕೆ ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದೀರಿ ?

a) ಖಾಸಗಿ b) ಬಾಡಿಗೆ c) ಸೇವಾ ವಾಹನ d) ಯಾವುದೂ ಇಲ್ಲ

41. ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಯಾವ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತೀರಿ?

a) ಹಣ್ಣಡಿಕೆ b) ಸುಲಿಯದ ಅಡಿಕೆ c) ಚಾಲಿ d) ಕಟಾವಿನ ಮೊದಲು

42. ಯಾವ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಒಣಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ?

a) ನೈಸರ್ಗಿಕ ವಿಧಾನ b) ಕೃತಕ ವಿಧಾನ

43. ಯಾವ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಸುಲಿಯಲಾಗುತ್ತದೆ?

a) ಮಾನವ ಶ್ರಮ b) ಯಂತ್ರಗಳು

44. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹ ಮಳಿಗೆಯನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದೀರಾ?

a) ಹೌದು b) ಇಲ್ಲ

45. ಅಡಿಕೆ ಕೃಷಿಗೆ ಸರಕಾರದಿಂದ ಸಹಾಯಧನ ಪಡೆದಿರುತ್ತೀರಾ?

a) ಹೌದು b) ಅಲ್ಲ

46. ಹೌದಾದರೆ ಎಷ್ಟು ಮೌಲ್ಯದ ಸಹಾಯಧನ ಪಡಕೊಂಡಿರುವಿರಿ ?

a) ಹಣ

b) ಸವಲತ್ತುಗಳು

47. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಿಂದ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸೇವೆ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ಸಿಗುತ್ತಿವೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸುತ್ತೀರಾ?

a) ಹೌದು b) ಅಲ್ಲ

48. ನೀವು ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ಮಾರಾಟ ವಿಧಾನ ನಿಮಗೆ ತೃಪ್ತಿ ನೀಡಿದೆಯಾ?

a) ಹೌದು b) ಅಲ್ಲ

49. ಹೌದಾದರೆ ಕಾರಣ ಕೊಡಿ.

a.

b.

c.

50 ಅಡಿಕೆ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆ ಇದೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸಿಕೊಂಡಿರುವಿರಾ?

a) ಹೌದು b) ಅಲ್ಲ

51. ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ನಿಮಗೆ ತೃಪ್ತಿ ಇದೆಯಾ?

a) ಹೌದು b) ಇಲ್ಲ

52. ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಆವರ್ತಗಳು ಉಂಟಾಗಲು ನಿಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು ಏನು?

a. ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದು.

b. ಮದ್ಯವರ್ತಿಗಳ ವಿಷ ವರ್ತುಲ

c. ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಏರುಪೇರು

d. ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಅಗಾಧ ಏರಿಕೆ.

e. ಸರಕಾರದ ನೀತಿ

f. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಅಸಮರ್ಥತೆ

53. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಬಗ್ಗೆ ಎಲ್ಲಿಂದ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವಿರಿ ?

A. ನೇರ ಬೇಟಿ B. ಇತರ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ C. ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಂದ D. ರೇಡಿಯೋ

54. ಯಾವ ರೀತಿ ಒಂದು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿಡಬಹುದು.

a. ಉತ್ಪಾದನಾಕಾರರನ್ನು ತನ್ನ ಕಡೆಗೆ ಆಕರ್ಷಿಸಬೇಕು.

b. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಚಾರ ಮತ್ತು ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುವುದು.

c. ಅಡಿಕೆಗೆ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನೀಡುವುದು.

d. ಜನರಿಗೆ ಸುಲಭ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಲಭ್ಯತೆ.

e. ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯ ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧನೆ.

f. ಉತ್ಪಾದನೆಗಾರರಿಗೆ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡುವುದು.

g. ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ.

h. ಅಡಿಕೆ ರಫ್ತಿಗೆ ಉತ್ತೇಜನ.

i. ಅಡಿಕೆಯ ನೇರ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಆರಂಭಿಸುವುದು.

55. ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನಾಗಾರರ ಮುಖ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಯಾವುವು.

a. ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಏಳಿರಿತ

b. ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆ

c. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಾವ.

d. ಮದ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಾವಳಿ.

e. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು.

f. ಪ್ರಸಕ್ತ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಕೊರತೆ.

g. ಸಾಗಾಟದ ಸಮಸ್ಯೆ.

h. ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆ

i. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕೊರತೆ.

j. ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ

k. ಸಾಲದ ಹೊರೆ

l. ರಸ್ತೆ ಕೊರತೆ

m. ಇತರ

56. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರ ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಯಾವುವು?

a. ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಏಳಿರಿತ

b. ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆ

c. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಭಾವ. .

d. ಮದ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಾವಳಿ.

e. ಮಾರಾಟದ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು.

f. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು.

g. ದಾಸ್ತಾನಿನ ಕೊರತೆ.

h. ಗೋದಾಮುಗಳ ಅಭಾವ

57. ಅಡಿಕೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿನ ನ್ಯೂನ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಿ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ನಿಮ್ಮ ಸಲಹೆ.

a. ಬೆಲೆಯ ಏಳಿರಿತಗಳ ಮೇಲೆ ಹತೋಟಿ

b. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಪ್ರಚಾರ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ.

c. ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಉತ್ತಮ ಸೇವೆ ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲತೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು.

d. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು.

e. ಅಡಿಕೆಯ ಆಮದನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸುವುದು.

f. ಅಡಿಕೆಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವುದು.

g. ಇತರ

58. ನೀವು 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸದಸ್ಯರಾಗಿದ್ದೀರಾ ?

a) ಹೌದು b) ಅಲ್ಲ

59. ಅಲ್ಲದಿದ್ರೆ ಯಾಕೆ ಆಗಲಿಲ್ಲ ?

60. ಹೌದಾದರೆ 'ಮಾಸ್'ನೊಂದಿಗೆ ಅಡಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದೀರಾ?

a) ಹೌದು b) ಇಲ್ಲ

61. ಇಲ್ಲದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಯಾಕೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿಲ್ಲ ?

62. CAMPCO ಮತ್ತು ಇತರ ಖಾಸಗಿ ವರ್ತಕರಿಂದ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ, 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ನಿಮ್ಮ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಿದೆಯಾ.?

a) ಹೌದು b) ಅಲ್ಲ

63. ಹೌದಾದರೆ ಹೇಗೆ?

64. 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ನಿಮ್ಮ ಸಮೀಪದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆಯಾ ?

a) ಹೌದು b) ಅಲ್ಲ

65. 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ನಿಮಗೆ ತೃಪ್ತಿ ಇದೆಯಾ ?

a) ಹೌದು b) ಅಲ್ಲ

66. 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿರುವ ಉತ್ತಮ ಗುಣಗಳು / ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳು ಯಾವುವು ?

67. 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿರುವ ಲೋಪದೋಷಗಳು ಯಾವುವು?

68. 'ಮಾಸ್' ಸಂಸ್ಥೆಯು ದಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ನಿಮ್ಮ ಸಲಹೆಗಳು ಏನು?

69. ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಂದ ಈ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುತ್ತೀರಾ?

a) ಹೌದು b) ಅಲ್ಲ

70. ಹೌದು ಆದರೆ ಹೇಗೆ ಸಾಧ್ಯ ?

71. ಬೆಳೆಗಾರರು ಯಾವ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ?

a) ಮಾರಾಟ b) ಉತ್ಪಾದನೆ

72. ಯಾವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ದಲ್ಲಾಳಿ ವರ್ತಕರ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಬಹುದು ?

a) ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು

b) ಉತ್ಪಾದಕರಲ್ಲಿ ಅರಿವನ್ನು ಮೂಡಿಸುವುದು

73. ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ತುಲನೆ ಮಾಡುವಿರಾ?

a) ಹೌದು b) ಇಲ್ಲ.

ಅರುಣ್ ಪ್ರಕಾಶ್

ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರ ಉಪನ್ಯಾಸಕ,

ವಿವೇಕಾನಂದ ಕಾಲೇಜು, ಪುತ್ತೂರು

ಗ್ರಂಥ ಸೂಚಿ

ಆಧಾರ ಗ್ರಂಥಗಳು

- Alwin. G .Law., Billi. R., and George Paul .B ., Young & R. Chetty., " Seed marketing New Delhi" , National Seed Corporation , 1984.

- ಭಟ್ ಶಂಕರ್, ಬದನಾಜೆ. : Arecanut ; Medicinal & alternative Uses : Arecanut Research and Development Foundations (R), Varanasi Towers., Mangalore , 2008.
- ಭಟ್, ಶಂಕರ್ ಬದನಾಜೆ. : ಸುಗಂಧ ಫಲ ಅಡಿಕೆ : ಅಡಿಕೆ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪ್ರತಿಷ್ಠಾನ (ರಿ). ವಾರಾಣಾಸಿ ಟವರ್ಸ್ ಮಿಷನ್ ಸ್ಟ್ರೀಟ್, ಮಂಗಳೂರು, 2008.
- ಭಟ್, ಎನ್.ಎಸ್. : Banking Expansion and Economic Development – A case study of Syndicate Bank in Karnataka : (1951– 1975) : ಪಿಎಚ್.ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ , 1977.
- Clark Tausley and E. Clark., "Principles of Marketing" , London Mac millon Company, 1962 .
- ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ನೋಟ, 2008-09.
- ಗೌಡ ಕೃಷ್ಣಯ್ಯ, ಎಚ್.ಆರ್. : ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರ : ಸ್ಪಂದನ ಪ್ರಕಾಶನ, 2007.
- Gill K. S ., " Role of Commercial banks in Marketing of Agricultural produce" , Agricultural Marketing , 1972 .
- Gyanamudra. : Farmers Suicide in India – Dynamics and Strategies of Prevention: (Editd), National Institute of Rural Development, Hyderabad , 2007.
- Gadholiya ,M.K . : Approaches to Rural Development and Agrarian Structure : 1987.
- ಗಾಂಧಿ , ಎಮ್.ಕೆ. "India of My Dreams"., ನವಜೀವನ ಪಬ್ಲಿಷರ್ಸ್ , ಅಹಮದಾಬಾದ್, 1959.
- ಗಾಂಧಿ , ಎಮ್.ಕೆ., "Industrialise and Perish", ಆರ್.ಕೆ. ಪ್ರಭು ಅವರಿಂದ ಸಂಪಾದಿತ ಕೃತಿ, ನವಜೀವನ ಪಬ್ಲಿಷರ್ಸ್ ಅಹಮದಾಬಾದ್, 1966.

- ಗಾಡ್ಗೀಳ್ ಡಿ.ಆರ್., 'A note on Methodology For Village Studies"., 1954ರಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಂತ್ರಾಲಯದ ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರ ನಿರ್ದೇಶಕರಿಗೆ ಮಂಡಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ವರದಿ.
- Hans , George Bohle. : Impact of Agricutural Market on Income Distribution: Deep and Deep Publications , 2003.
- Jain C.M and T. Cangan, (edited)., : Forty years of Rural Development in India : Print Well Publishers , Jaipur. 1993 .
- ಜೈನ್ ಸಿ.ಎಮ್. ಎಂಡ್ ಟಿ. ಕಂಗನ್ ."M K Gandhi -Approaches to Rural Development and Agrarian Structure"., (ಸಂಪಾದಿತ ಕೃತಿ) ಪ್ರಿಂಟ್‌ವೆಲ್ ಜೈಪುರ, 1993.
- K .V, Subba Rao and Parthasarathi. : Impact of Market Access on Agricultural Productivity of India : 2005.
- ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯ. : ಸುಧಾರಿತ ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಪದ್ಧತಿಗಳು : ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಇಲಾಖೆ ಬೆಂಗಳೂರು ಮತ್ತು ಭಾರತೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಸಂಶೋಧನಾ ಸಂಸ್ಥೆ ಬೆಂಗಳೂರು, 2006.
- Kashyap, Pradeep and Rauth , Siddharhta. : The Rural Marketing Book : Himal Impressions 168, Raja Garden, New Delhi, 2006.
- Karl .A. Elling ., " Introductin to Marketing – An Aplied Approach" ., Newyork Macmillon Company: 1969.
- Krishna Swami, O.R . : Co-operatives Democracy in Action : Somaiya Publications Pvt Ltd, Bombay, 2008 .
- Kindleberger, C.P. : Economic Development : 3rd Edition , New Delhi , 1977.
- Kotler, Phillip. : Marketing Management Analysis - Planning and Controll , 1972.
- Kohren. Williard.W ., " The Marketing as a Uni of Enqiry in Agricultural Economics Research " ., Journal "Farm Economics" 1957.
- Lakshmanachar, M.S. and George, C.K . : Marketing - The arecanut Palm : Edited by Bavappa, K.V.A. Nair, Premkumar N.K., CPCRI (ICAR) , Kasaragod , 1981.
- Lipton , Michael . : Why poor People stay poor- Urban bias in world development : Himalaya Publishers, New Delhi, 1981.
- Mallikarjunaiah, K.G., and Prakash , T.N. : Process and Marketing of arecanut in Shimoga District.- An Economic Analysis : 1988.
- Meir and Baldwin. : Economic Development Theory – History and Policy: Asia Publishing House , Bombay, 1967.

- Mathyus. B., "Marketing and an Introductory Analysis" Newyork, M. Grow Hill Company, 1964.

- Meir, G.M. : Leading Issues in Economic Development : (edited), 3rd Edition, New York : Oxford University Press, 1976.

- Mittal, A.C. and Sharma, Sanjay Prakash. : Rural Poverty and Development : RBSA Publishers, Jaipur, 2002.

- M.K .Gandhi. : Village Swaraj : (compiled by H.M Vyas, Ahmadbad, Navajeevan Publishing House, 1966.

- M.V, Nadakarni. : The Role of agricultural market and Market Policy- not conducive to Rural Welfare : RBSA Publishers, Jaipur, 2002.

- ಮೋಷರ್, ಎ.ಟಿ., "Thinking About Rural Development" A.D.C., Newyork 1976, ಉಲ್ಲೇಖ: ಎಸ್.ಎಸ್.ಆಚಾರ್ಯ " ಟೇಂಜಿಂಗ್ ಹಾರಿಜನಸ್ ಆಫ್ ರೂರಲ್ ಡೆವಲಪ್‌ಮೆಂಟ್ಸ್ " ಪ್ರಿಂಟ್‌ವೆಲ್ ಪಬ್ಲಿಷರ್ಸ್, ಜೈಪುರ 1985.

- Nurks, Ragnar, : Problems Capital formation in UDCs : Oxford University press 1928.

- N.G .Mukharji. : Hand Book of Indian Agriculture : Himalaya Publications, New Delhi, 1999.

- ಲೋಬೊ, ನೋರ್ಬರ್ಟ್, "Patterns of Rural - Urban Migration - A case study of D.K. District". ಪಿಎಚ್. ಡಿ. ಗ್ರಂಥ, ಫೆಬ್ರವರಿ 2001.

- Partha Sarathi, V. : Rural Marketing- Concepts and Cases : ICFAI Books, The ICFAI University Press, Hyderabad, 2005.

- Prabhakar ,P.W and V. Vigneshwara. : Puttur Taluq Ithihasa Darpana : Puttur, 2006.

- Patil, V.T. and Lokapur , T. A . : Gandhi's Concept of Decentralisation Analysis : New Delhi Sterling, 1983.

- Rao , Purandhara, K . : An Analysis of Marketing Problems of Arecanut in Karnataka State: Un published Ph.D Thesis, UAS Bangalore, 1974.

- Richard Kohls , David Dower. : Marketing of Agricultural Products.

- Rural Development and Local Organisation In Asia., ಮೇಕ್‌ಮಿಲನ್ ಇಂಡಿಯಾ ಲಿಮಿಟೆಡ್., ಡೆಲ್ಲಿ 1982.

- Rao Mohana M, ' Introduction in Arecanut Palm' .,CPCRI Kasargod, (edtd by Bhavappa & Nair M.K).,1982.

- R.D Bugel and Mathyus J.B., " Marketing and Introductory Analysis"., NewYork , M C Grow Hill Book Company . 1967

- Subba Rao, A R : An analysis of Business Performance of CAMPCO Ltd : Dept of Agriculture Economics, UAS, Bangalore, un published Msc. Thesis, 1985.

- Srinidhi D.R. "A study of Financial Analysis with special reference to MASS limited Mangalore" 2010 ,Page

- G. Subramanyam . Ramakrishna .A and S K Prasad., "Handloom Marketing – A Study of Consumers Behaviour" Indian Journal of Marketing ,. 1985.

- ಸತ್ಯಸುಂದರಂ ಐ. : Rural Development , ಹಿಮಾಲಯ ಪಬ್ಲಿಷಿಂಗ್ ಹೌಸ್, ಮುಂಬೈ: 1999,

- Schultz , T.U . : The Role of Govt in Promoting Growth : University of Chicago Press, 1956 .

- Schumpeter , J A . : The Theory of Economic Development : Hardward University, 1951.

- Suresh. K A and Molly, Joseph. : Growth of Services, Performance, Impact of Co-operative marketing : Asia Publishing House , Bombay, 1997.
- S.S Acharaya., and N.L Agarwal. : Agricultural Marketing in India : 1997.
- Suresh. K A and Molly, Joseph. : Major Problems of Co-operative Marketing : 2001.
- Sathya Sundaram : Rural Development : Himalaya Publishing House , Mumbai, 1993.
- ಸೇನ್ ಕೆ. ಲಲಿತ್ ., "The Need for Micro Level Planninin[g] In Indian National Institute of Community Development"., 1972.
- R . Ramakrishnan. : Rural Marketing in India Strategies and Challenges : 1992.

  - Rural Development Models :
  - Walter Isard : Location Theory .
  - Walter Christler. : Central Place Theory.
  - Michael Lipton : Decentralisation Model.
  - Dr. V K R V Rao Model : Integrated Rural Development .
  - Approaches of Gadgil –Sen- Rao.
  - Gandhian Model.

- Shah ,S.M. : Rural Developmental Strategies in Rural Development Planning and Reforms : New Delhi , 1979.
- ಶರ್ಮ, ಜೈನ್ ನಾರಾಯಣ., "Alternative Economics – Economics of Mahathma Gandhi and Globalisation"., ದೀಪ್ ಎಂಡ್ ದೀಪ್ ಪಬ್ಲಿಕೇಶನ್ಸ್ (ಪ್ರೈ) ಲಿಮಿಟೆಡ್ ನವ ದೆಹಲಿ, 2003
- Tapash , R .Dash and Sen, K.K. : Co-operative and Economic Development : (edited) , Rawath Publications, Jaipur and New Delhi , 2007.
- Varmudy , Vigneshwara . : Future of Arecanut in International Seminar by Arecanut, Research and Development Foundation, Mangalore (edited) , 2008.
- Varmudi . Vigneshwara. : Crisis in Arecanut marketing : Varmudi Prakashana, Adyanadka, 2006.

- ವರ್ಮುಡಿ, ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ. : ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ–ಅಂದು–ಇಂದು–ಮುಂದು : ವರ್ಮುಡಿ ಪ್ರಕಾಶನ: 2001.
- Vigneshwara, V. : Future of Arecanut : Varmudi Prakashana, Adyanadka : 2006.
- Varmudi . Vigneshwara. : Crisis in Arecanut marketing : Varmudi Prakashana, Adyanadka, 2006.
- ವರ್ಮುಡಿ, ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ., "Weekly Village Markets in Dakshina Kannada".,– ಪಿಎಚ್.ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ , 1986.
- Varmudi . Vigneshwara. : Plantation Crops . Past –Present – Future., Varmudi Prakashana, Adyanadka, 2006.
- ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ: Weekly Village Markets in Dakshina Kannada : ಪಿಎಚ್.ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ : 1986.
- Winor . J (ವೈನರ್ ಜೆ.) "International Trade and Economic Development" , Oxford University Press, London -1957.

ನಿಯತಕಾಲಿಕಗಳು

- Ananda , K.S., Anuradha, S and Chaudhari , B.S . : Plantation Crops : Indian Journal of Marketing , 2000 , pp. 105-109.
- Ayyangar . H R V., " The Future For Marketing Management In India" , Indian Journal of Marketing, 1975.
- Ananda. K .S and Thaniyappan C. : Spices Medicinal Plants: Indian Journal of Arecanut, 1999 , pp 24-28.
- Appaiah G N. : Arecanut Development in Karnataka State : Organizer., April 6, 2008., page 26.
- Bhat, T K V. : Socio-Cultural change in D.K : Samaja Shodhana , Vol 2, No1, March 1993, pp.13.
- Biddappa K.G. : Utilisation of Arecanut Waste : Arecanut Journal , Vol.10, 1989 pp. 106 – 108.
- Das , K .Prafulla, : Arecanut Situation in India : The Co-operator, 1999 , pp. 195 – 200.

- G. Subramanyam, Ramakrishna .A, and S.K Prasad: Handloom marketing – Astudy of Consumer Behaviour, Indian Journal of Marketing, 1985. Pp. 20.
- ಹ್ಯಾನ್ಸ್, ಎ.ಬಿ., "Child Health and Neutrition In India - Flight and Right"., Indian Development Riew"., Vol. 5 ಕ್ರಮ ಸಂಖ್ಯೆ – 1, ಜೂನ್ 2007,
- K. Sing and M. M Bhalerao . : A Study of Marketing of Arecanut in Jalpuri District of West Bengal : Journal of Farm Economics, 2006, pp . 32.
- .Mithani, Hari Sing . : Agriculture – A neglected area : Organser : 2008. April 6, pp. 53-54.
- M.Von, Oppen ., Parthasarathy Rao . P and Rao , Subba . K.V . : Impact of Market Access on Agricultural Productivity in India : Indian Journal of Agricultural Marketing : 2009, pp. 16-18.
- Rajan Roy. : Poverty Household, Size and Child welfare in India : Economic and Political Weekly : Vol. XXXV, No 39, September 23, 2000, pp. 12-15.
- R. K Sing and M. M Bhalerao . : A Study of Marketing of Arecanut in Jalpuri District of West Bengal : Journal of Farm Economics, 2006, pp 32 .
- Singh ,R. K., K. S Bhat and Vijaya Ranjan. : Profitability of Areca Cultivation in Dakshina Kannada District : The Co-operator , 1999. Pp. 18-21.
- Singh , Mohana. : Needed a long term Agrarian Strategy : Organizer , 2008 , April 6 , pp 30-33.
- Sikka, R.K and Ravindran ,T.C. : A Study of Fluctutations in arecanut prices in Indian Markets : Arecanut and Spices Bulletin , 1975 , pp. 11-17.
- Shamanna , K. : Co-operative Marketing of Arecanut : Indian Journal of Arecanut, 1957., pp. 102 – 107.

- Sikka, R.K . : An Analysis of Productiion and Productivity Trends of Arecanut in Different States in India : The Co-operator , 1999 , pp. 201 -204.

- Sen, K, Lalith . : Role of Area Development in Multi-level Planning : Journal of Public Administration , Vol – XIX , No. 03 , July – Sep , 1973.

- ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ: ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು: ಯೋಜನಾ, ಎಪ್ರಿಲ್ 1991, ಪುಟ 17–19.

- ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ. : ಆಶಾದಾಯಕ ಬೆಳೆ ಅಡಿಕೆ : ಜನಪದ , ಡಿಸೆಂಬರ್ 1991 , ಪುಟ, 13–14.

- Varmudi , Vigneshwara. : Marketing of Arecanut – Problems and Prospects: Indian Journal of Agricultural Marketing , 1982, pp. 7-13.

- V.B , Hans . : Child Health and Nutrition in India- Plight and Right : Indian Development Review, Vol. 5, No 1, June 2007, pp. 33-36.

- V , Vigneshwara. : Marketing of Arecanut – Need for consumer Based Approach, Arecanut Spices Journal, Vol. XIV , No. 2 , pp. 52-54.

- Verma , N.K . : Growth of Dairy Co-operatives in India : Indian Co-operative Review, 1980 , ,pp. 45-49.

- Venkataramanan , L.S and Muralidharan , M.A. : Seasonal Price Movements, Market arrivals and Returns to storage in Wheat Markets : Indian Journal of Agricultural Economics , 1972, pp. 11-13.

ಲೇಖನಗಳು

- Jain , L.C. : Co-operative Lessons from Philippines : Times of India (city edition) : December 10, 1994.

- M, Raghuram .: D.K- A district with many lifelines : The Hindu : June , Friday 21, 2002.

- M, Raghuram .: Lens on Camera : The Hindu , Saturday, July 10,. 2004.
- ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ: ಅಡಿಕೆ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಸಂಶೋಧಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳು : ಹೊಸದಿಗಂತ, ಪೆಬ್ರವರಿ 4, 2003.
- ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ. : ಮಾಸ್ – ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲೊಂದು ಹೊಸ ಹೆಜ್ಜೆ : ಹೊಸದಿಗಂತ, ಡಿಸೆಂಬರ್ , 2001.
- V , Vigneshwara. : Need to search External Markets for Arecanut : Canara Times daily, dated July , 27 Saturday, 1991.
- ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ. : ಉತ್ತರ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕರಾವಳಿ ಅಡಿಕೆಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಬೇಡಿಕೆ, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಧಾರಣೆ ಕುಸಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣ : ಹೊಸದಿಗಂತ, ಪೆಬ್ರವರಿ 17, 2002.

ವರದಿಗಳು

- Paulose Committee on Arecanut (1973) - A report submitted to the govt. of Karnataka, 1973.
- Rethinam Committee on Arecanut - A Report on Arecanut marketing - submitted to Ministry of Agriculture, Govt of India, 2001.
- ಡಾ|| ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ ವರ್ಮುಡಿ, ದ.ಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅತಿವೃಷ್ಟಿಯಿಂದಾಗಿ ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆ ನಾಶದ ಬಗ್ಗೆ ಸಮೀಕ್ಷೆಯೊಂದನ್ನು ನಡೆಸಿದ ಅಧ್ಯಯನ ವರದಿ, ನವಂಬರ 25, 2010.

ಇತರ

- ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು.
- ಎಫ್.ಎ.ಒ(FAO) ಮತ್ತು DGCIS ವರದಿ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು.

--